

Málaga prepara una ofensiva turística para captar al atractivo mercado ruso

La capital realizará la próxima semana acciones promocionales en Moscú y San Petersburgo

17.05.2013 | 05:00

VIRGINIA GUZMÁN Una treintena de citas profesionales, encuentros con responsables públicos y del sector privado, presentaciones del destino y una intensa promoción de todos los segmentos que ofrece la capital malagueña a sus potenciales visitantes. Todo ello forma parte de la ofensiva turística que el Ayuntamiento de Málaga ha preparado para captar la atención del atractivo mercado ruso y que se desarrollará durante la próxima semana, primero en San Petersburgo y después en Moscú, según informó ayer el concejal de Cultura y Turismo, Damián Caneda.



La acción promocional se presentó en el Ayuntamiento. **Gregorio Torres**

La elección del destino no es casual. El mercado ruso se ha convertido en uno de los más apetecibles y perseguidos por el sector turístico. La llegada de pasajeros y sus pernoctaciones no paran de crecer, son turistas con un alto poder adquisitivo, se interesan por segmentos que van más allá del sol y playa, aunque éste siga siendo importante en su elección, y además están invirtiendo en el mercado de la segunda residencia, especialmente en puntos de la Costa del Sol como Marbella, Benahavís o Estepona. En el caso de la capital malagueña, el año pasado se cerró con un aumento del 30% en la llegada de visitantes rusos y sólo en el último mes el incremento ha sido del 151%. Para Caneda, estos datos «nos estimulan para seguir sembrando donde más se crece y en lugares en los que no hay crisis». Y el Área de Turismo no viaja sola en esta acción, que se realiza en colaboración con la OET de Moscú, la embajada de España y la línea aérea Aeroflot. Como Málaga quiere que su promoción sea transversal, en Moscú y San Petersburgo estarán la Fundación Picasso-Casa Natal, el aeropuerto de Málaga, Aehcos, la Fundación Málaga Health, que busca fomentar el turismo sanitario, y responsables del consulado ruso en Andalucía.

«Tenemos un aeropuerto de gran calidad, el mercado ruso está interesado en la cultura, en el turismo idiomático y en el de salud y queremos aprovechar esta acción para consolidar a Málaga como destino urbano y cultural», incidió el edil, que recordó que ya se habían dado pasos en ese sentido en la promoción que la ciudad realizó aprovechando el partido de Champions del Málaga contra el Zenith de San Petersburgo.

La agenda, que se desarrollará entre el 20 y el 23 de mayo, incluye la presentación de la campaña Málaga Ciudad, reuniones con el Ayuntamiento de Moscú y Aeroflot y firmas de convenios de colaboración, además de citas con diversos operadores que pueden traer más visitantes a la ciudad.

Respecto a las buenas cifras que Málaga está recogiendo entre el mercado ruso, Caneda afirmó que se están recogiendo los resultados de la labor promocional del último año. «No partimos de cifras muy altas, pero si seguimos creciendo al 30% nos podemos poner entre los primeros». En ese sentido, insistió en la necesidad de que Málaga ciudad se muestre como un destino completo, con segmentos diversos y una amplia planta hotelera de calidad, pero que se diferencie de la Costa del Sol. Caneda quitó hierro al hecho de que la Junta y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol realicen de forma conjunta prácticamente en los mismos días que el Ayuntamiento otra acción promocional en Rusia. «Si nos meten dentro de la Costa del Sol no nos diferenciamos, pero nos podemos complementar y le hemos dado nuestra agenda al Patronato para que también la pueda aprovechar», dijo Caneda, que cifró en 27.000 euros el coste de la acción en el mercado ruso. «Nuestro presupuesto es mínimo pero

le queremos sacar la máxima rentabilidad». Sobre esta cuestión también habló ayer el gerente del Patronato, Arturo Bernal. «Se ha malinterpretado, la semana pasada tuvimos una reunión el Ayuntamiento, Turismo Andaluz y el Patronato y coordinamos la acción. Hay coordinación y compartimos no sólo el objetivo sino también el resultado».