

La capital malagueña promociona su oferta en los vuelos de larga distancia de British

La campaña se prevé que pueda llegar a tres millones de pasajeros de los más de 6.000 viajes en los que se emitirá el vídeo de la ciudad

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Los pasajeros de vuelos de larga distancia de la aerolínea British Airways conocerán en el trayecto de sus viajes los principales atractivos turísticos de la capital malagueña. Desde ayer la ciudad promociona su oferta en 6.000 vuelos de esta compañía. La acción se prevé que llegue a unos tres millones de viajeros, gracias al acuerdo alcanzado entre el Ayuntamiento y este gigante de la aviación.

El convenio contempla, además de la emisión del vídeo con los grandes reclamos turísticos de Málaga, la inclusión de artículos sobre la cultura, la historia o los monumentos de la capital en las revistas que la compañía distribuye entre sus pasajeros.

Con esta campaña, la ciudad insiste en el mensaje de que es un destino que ofrece al turista su diversidad. «Las imágenes muestran nuestra ciudad como un destino que se caracteriza por su amplia oferta museística, accesible, hospitalario, con una buena red de transportes, con una gran historia y una excelente gastronomía», explicaron ayer desde el Ayuntamiento de Málaga.

En este sentido, desde el área de Turismo, que preside Damián Caneda, valoraron el buen comportamiento del mercado británico y señalaron que entre los meses de enero y mayo se han alojado en los hoteles de la ciudad un total de 27.621 turistas procedentes del Reino Unido, lo que supone un incremento del 18,5% con respecto al mismo



La compañía British Airways ha aumentado un 30% los pasajeros en Málaga. :: S. SALAS

periodo de 2012. Estos viajeros generaron en los establecimientos hoteleros un total de 62.284 pernoctaciones, un 36,6%.

Estas cifras están en consonancia con el aumento del 30% en el número de pasajeros que ha desplazado British Airways al aeropuerto de Málaga-Costa del Sol desde el pasado mes de febrero.

Segmentos

La campaña incide también en los segmentos claves de esta industria en la ciudad. Así, presenta la oferta de Málaga como ciudad propicia para el aprendizaje de español, siendo el segundo destino más impor-

tante de España, pero también para la celebración de congresos y reuniones profesionales, un sector en pleno auge. Asimismo subraya la idea de que la ciudad es un destino moderno, tecnológico y emprendedor. «Lógicamente, el vídeo emitido por British Airways pone también el énfasis en que Málaga es la ciudad natal de Pablo Ruiz Picasso», dijeron.

Caneda destacó la importancia de este acuerdo de colaboración, que permitirá que Málaga esté presente en los vuelos de una compañía como British Airways y especialmente en un mercado turístico tan importante como el Reino

Unido. «Nuestra ciudad es un gran destino turístico y un referente para el turismo cultural, por lo que cada vez tiene un hueco más grande en las promociones de las grandes empresas», declaró el edil.

Además, resaltó el hecho de que la película esté disponible durante un mes entero representa un impactante herramienta de comunicación global. Esta iniciativa promocional está incluida en las campañas de promoción de la Marca España en el exterior, ya que, junto a Málaga, la compañía también venderá la oferta turística de otros importantes destinos españoles, como ha sido el caso de Marbella.