

Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga. ITB 2011

MÁLAGA DA A CONOCER EN BERLÍN SU OFERTA SEGEMENTADA, CON EL CITY BREAK Y CRUCEROS COMO PROTAGONISTAS

Se mantendrán alrededor de 30 citas con los mejores touroperadores alemanes, medios de comunicación, navieras y aerolíneas de Alemania

9/03/2011. Hoy, 9 de marzo de 2010, en la Feria Internacional de Turismo ITB celebrada en Berlín, Elías Bendodo, concejal de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, ha presentado el lugar donde la delegación desplazada hasta Berlín desarrollará su acción promocional en sus más de 20 citas con los profesionales turísticos más importantes de Alemania y centro Europa.

El stand de Feel Málaga mantiene las dimensiones del año pasado (un 39% menos que en 2009) reduciendo el gasto promocional respecto a 2010 en un 4% con una inversión de 28.271€. Sin embargo, el nivel de trabajo se mantendrá similar al del año pasado partiendo de una agenda con alrededor de 30 citas de trabajo.

El stand malagueño, se encuentra localizado en el hall 4.2 y en el mismo se puede reconocer la marca Feel Málaga, así como las nuevas creativities para este año. El mismo cuenta con dos zonas diferenciadas:

Zona de atención al público: Dos serán los mostradores donde se pondrá a disposición del visitante todo tipo de material promocional re editado para este año por el Área de Turismo y la oferta del sector privado sobre servicios turísticos y culturales de la ciudad.

Más de 3.500 unidades promocionales para repartir durante los días de la feria como el Book de Picasso, guía de Málaga Ciudad de Museos, las rutas peatonales temáticas por el centro histórico, la guía de la ciudad “Un paseo por Málaga”, el folleto “Escala en Málaga” (dirigido al crucerista que hace escala en la capital) y Dossier de ventas profesional, estos dos últimos traducidos al alemán.

Uno de los mostradores, exclusivamente dedicado al sector privado, contará con la presencia de Raytur Viajes, Prima Rent a Car, Hotel Vincci Posada del Patio (5*), Hotel Vincci Málaga (4*), Hotel Gallery Molina Lario (4*), y el centro idiomático AIFP & Deutsche Schule.

Zona de trabajo: Ubicada justo detrás de los mostradores, con capacidad para albergar varias reuniones al mismo tiempo cuenta con una pantalla TFT de 42” en los que se emitirán videos promocionales de la capital.

En esta zona, el equipo de promotores del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga mantendrán los encuentros de trabajo que conforman la apretada agenda.

En el plano de la touroperación, se mantendrá un encuentro con **Gebeco**. Uno de sus objetivos es la comercialización de un producto de Semana Santa. En la misma se sentarán las bases para una colaboración el año que viene en este sentido. En cuanto

Iberotours se les hará una presentación de las novedades de la capital para el diseño de nuevos productos para las excursiones en tierra de sus escalas.

Entre las citas de mañana jueves, destacan la que se mantendrá con **TUI Alemania**, tras una primera toma de contacto que tuvo lugar en el mes de enero en FITUR. Con TUI Alemania, que siempre se ha centrado en grupos para la Costa del Sol, ha mostrado interés en la oferta hotelera de la capital para así ampliar sus posibilidades de comercialización del destino a través de sus catálogos, destinado a individuales.

La cita con **Hotelplan** (Suiza) se centrará en prolongar la actividad conjunta de promoción y comercialización de la capital a través de sus canales para el mercado italiano. El viernes, se hará una primera toma de contacto con **Veronia Tours** (Alemania) , al que se le presentará la oferta de Málaga, principalmente como destino cultural de city break.

En el plano de los medios de comunicación, y con la finalidad de conseguir un mayor grado de prescripción del destino a través de las acciones inversas de prensa que se generen tras los encuentros con los mismos, se incluyen para hoy miércoles citas con la más importante publicación turística enfocada al sector profesional, como es **Touristik Aktuell** o la revista **Anda!**

En el sector de las navieras, destaca la reunión que se mantendrá mañana jueves con **Aida**, compañía que actualmente cuenta con escalas en Málaga y a cuyo responsable de las excursiones en tierra se le propondrá nuevos productos para ofrecer a los cruceristas durante su estancia en Málaga.

Datos del mercado alemán

Las cifras publicadas por el Instituto Nacional de Estadística sobre el comportamiento del turismo en la capital durante el 2010 reflejan unos datos positivos sobre este mercado concreto.

Un total de **35.846** turistas alemanes pernoctaron en los hoteles de la capital el año pasado, lo que ha supuesto un crecimiento del **6.4%**. Éstos generaron **76.316** pernoctaciones, un **10.5%** más que en 2009. Además, del total de turistas extranjeros que pernoctaron en la ciudad, los alemanes representaron el **9.2%** sólo precedidos por los procedentes del Reino Unido. Convirtiéndose junto a este en el mercado emisor más significativo.

La importancia de este mercado en el desarrollo turístico de la ciudad en el último año radica en la llegada de un total de **14.097** alemanes en el último cuatrimestre del año, generando un total **28.403** pernoctaciones. Sin embargo, fue en el segundo cuatrimestre cuando se dio mayor número de pernoctaciones (**28.691**).