



Área de Turismo y Promoción de la Ciudad // Fitur 2019

## **MÁLAGA PRESENTA EN FITUR SU OFERTA COMO DESTINO TURÍSTICO URBANO, CONSOLIDADO Y DE FUTURO**

La ciudad espera aumentar el volumen de pernoctaciones en un 5% durante 2019, consolidando el crecimiento del mercado doméstico

La conectividad aérea y la promoción en mercados de media y larga distancia serán parte esencial de la agenda técnica

La delegación malagueña mantendrá durante la feria un centenar de encuentros con directivos de compañías especializadas en los diferentes segmentos, prescriptores profesionales, aerolíneas y navieras

17/01/2019.- Un destino cosmopolita a la vanguardia internacional. Éste es el reclamo con el que Málaga acude este año a la trigésimo novena edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), que se celebrará en Madrid entre los días 23 y 27 de enero. La ciudad –que se presenta avalada por la nominación a Mejor Destino Europeo 2019 y como referente internacional en accesibilidad turística premiado por la Comisión Europea a través de Capital Europea de Turismo Inteligente en esta materia– se ha marcado como prioridad para esta edición la atracción del turismo doméstico, un mercado que no ha dejado de crecer y que supone cerca del 40% del volumen de turistas hoteleros que recibe.

Los encuentros profesionales y los acuerdos que se alcanzarán durante la feria servirán de catalizador para alcanzar ese crecimiento del 5% en el volumen de pernoctaciones en la ciudad de Málaga, el objetivo que se ha marcado el Área de Turismo para este nuevo ejercicio.

Así lo ha explicado esta mañana la concejala de Turismo y Promoción de la Ciudad, María del Mar Martín Rojo. “A falta de los datos definitivos, podemos afirmar que 2018 ha sido un año extraordinario para el turismo en la ciudad de Málaga: las previsiones basadas en los datos del INE, apuntan a que los hoteles han recibido más de 1,36 millones de turistas, cuyas pernoctaciones han ascendido a 2,62 millones –casi un 6% más que en 2017– con una ocupación media anual cerca del 80% y una estancia media de 1,92 noches. Más allá de las cifras, hemos dado un gran salto cualitativo que nos posiciona como un destino urbano innovador en calidad, accesibilidad y sostenibilidad y

que pone de manifiesto que el futuro está presente en Málaga”, ha señalado Martín Rojo. Y ha añadido: “A pesar de las cifras récord, aún tenemos mucho que ofrecer y esperamos para 2019 un crecimiento del 5%. En este sentido, nos marcamos como objetivo la consolidación del turismo doméstico, que es fundamental para la desestacionalización y la estabilidad de la actividad turística de la ciudad”.

Para ello, la delegación malagueña aprovechará la principal cita turística de España para presentar la oferta monumental y museística de primer orden con la que cuenta la capital malacitana; el calendario de eventos culturales que hacen de la ciudad un destino vivo y atractivo los 365 días del año; los productos que ponen de relieve el valor de zonas alternativas más allá del Centro Histórico; y las experiencias vinculadas a segmentos complementarios como la gastronomía, las compras o el turismo de lujo.

### **LA ANTESALA DE MÁLAGA EN FITUR**

La delegación malagueña, presidida por el alcalde de la ciudad, Francisco de la Torre, llegará a Madrid el martes 22 de enero. Ese mismo día el regidor participará como invitado de honor en la XXII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET). Posteriormente, De la Torre mantendrá un encuentro con empresarios malagueños en Madrid en colaboración con la Confederación Empresarios Málaga (CEM).

Finalmente, como es tradicional, esa misma tarde, a las 20.00 horas, se celebrará en Platea Madrid la ‘Noche de Málaga en FITUR’, en la antesala de la feria que este año estará dedicada a la presentación de Málaga como un destino consolidado con una visión clara del futuro a través de proyectos ya definidos.

El acto contará con la asistencia, entre otros, del director ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo, Manuel Butler, y un nutrido número de consejeros de las Oficinas Españolas de Turismo (OET), embajadores, empresarios, directivos de empresas turísticas, agentes de viajes, turoperadores, organizadores profesionales de congresos, hoteleros, responsables de las administraciones turísticas, periodistas especializados y autoridades.

### **AGENDA INSTITUCIONAL**

La agenda institucional tendrá una gran actividad durante todos los días de la feria. El alcalde inaugurará el expositor de Málaga el día 23 y presentará las previsiones turísticas para el presente ejercicio informando de la inversión en promoción para el mercado nacional. En la misma jornada renovará el acuerdo promocional con la patronal hotelera Aehcos; ratificará el protocolo de colaboración con Movelia –la primera central de venta de billetes de autobuses interprovinciales de España–; y presentará la primera guía gastronómica de cocina tradicional malagueña, así como la novena edición de la Pasarela Larios

Málaga Fashion Week. Adicionalmente, se presentará el Plan de Acción 2019 de la alianza turística Andalusian Soul en un acto conjunto con las ciudades de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla.

El jueves 24 de enero, De la Torre presentará las últimas novedades del Museo Automovilístico y de la Moda; dará a conocer el programa de la Semana Santa 2019 junto al presidente de la Agrupación de Cofradías; y presentará el libro *A piel de calle*. En esta segunda jornada de la feria también se presentará la iniciativa “Málaga sin Gluten” y algunos de los eventos deportivos más destacados de la ciudad: la Maratón 2019, el espectáculo de patinaje sobre hielo *Revolution On Ice*, y el espectáculo que traerá a Málaga el Cirque du Soleil.

El viernes 25 enero se dará a conocer el programa de otros de los grandes eventos de la ciudad, las fiestas de Carnaval 2019; se presentará el V Seminario Internacional de Flamenco; y el habitual encuentro con agencias receptoras que trabajan en Málaga para analizar la estrategia del año.

### **AGENDA TÉCNICA**

De forma adicional a las presentaciones institucionales, la delegación malagueña tiene previsto realizar en torno a 100 citas con turoperadores, agentes de viajes, responsables de excursiones de navieras, directivos de compañías aéreas, organizadores profesionales de congresos, empresarios hoteleros y directores de las Oficinas Españolas de Turismo (OET), además de consultoras turísticas, entre otros.

Entre los contactos que se mantendrán estos días destacan los que tendrán lugar con compañías alto relieve en el sector como Delta Airlines, Nautalia, Expedia, JTB, Turkish Airlines, Promovacances, Miki Travel, Mikami Travel, Qatar Airways, Vremia, Logitravel, Aeroméxico, Viajes El Corte Inglés, K-Spain, Halcón Viajes, Viajes Ecuador y Booking, entre otros.

La estrategia promocional también prestará una especial atención a las siguientes líneas de trabajo:

- Reuniones con agencias de viajes receptoras locales, así como con agencias de viajes y turoperadores del mercado nacional y de países europeos –considerados ambos como mercados maduros– con el objetivo de dar a conocer las novedades de la ciudad como destino turístico, hacer un seguimiento a la presencia de Málaga en sus canales de ventas y las expectativas de cara a 2019.
- Encuentros profesionales con Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero con el fin de cerrar acciones de promoción y comercialización conjuntas y fortalecer las relaciones profesionales imprescindibles en la promoción exterior. Se mantendrán un total de 24 reuniones con OETs. En esta edición cobran especial relevancia las de mercados lejanos como Argentina, China, Corea, Japón y México, entre otros, que son



potenciales prescriptores de la nueva oferta cultural formada por el proyecto Andalusian Soul.

- Sesiones de trabajo con aerolíneas con el fin de fomentar la conectividad con mercados de media y larga distancia, y desarrollar acciones de promoción tanto en origen como destino que sirvan como soporte al nuevo producto Andalusian Soul.

### **EXPOSITOR PROPIO**

Un año más, el Ayuntamiento de Málaga participará en FITUR con un expositor propio, lo que le permitirá una mejor identificación y diferenciación del destino y sus segmentos. Se encuentra ubicado en el pabellón 7 del recinto ferial de Ifema, junto al resto de la oferta turística de Andalucía.

El *stand* tiene una superficie de 160 metros cuadrados. Se trata de un expositor abierto a tres caras, dinámico y multifuncional, fiel a la línea corporativa del Área de Turismo del Ayuntamiento. La distribución del espacio contempla un área profesional –con mesas de trabajo, sala de reuniones y sala de prensa– y una zona expositiva, además de dos amplios mostradores que aunará tanto la oferta institucional, como la oferta privada. La privada está representada por más de 70 co-expositores (empresas y colectivos como firmas hoteleras, agencias de viajes y receptivos, museos, empresas de turismo activo y ocio, agencias de comunicación y de organización de eventos e incentivos, etc.) que acuden a la feria junto al Ayuntamiento.

Como novedad, una corona con el logo de Málaga Ciudad Genial permitirá que el *stand* sea sensiblemente más visible desde diferentes ubicaciones del pabellón. Asimismo, el *stand* contempla una amplia zona de trabajo para que las empresas co-expositoras puedan celebrar reuniones de trabajo. Una pantalla LED gigante de 3 metros de ancho por 2 metros de alto presente en el frontal del *stand* servirá de soporte principal y apoyo en el que se proyectarán vídeos promocionales del destino y de las diferentes presentaciones previstas durante la feria.

El Área de Turismo pondrá más de 25.000 unidades de material a disposición de profesionales y del público final.

El presupuesto previsto por el Área de Turismo para la asistencia a la feria madrileña es de 182.564,24 euros.

### **FITUR**

La feria internacional Fitur celebrará este año su 39ª edición en el pabellón empresarial de IFEMA del 23 al 27 de enero de 2019. El 23, 24 y 25 serán días exclusivamente profesionales, mientras que el 26 y 27 la feria se abre al público final. FITUR es el punto de encuentro global para los profesionales del turismo y la feria líder para los mercados receptivos y emisores.