

Área de Turismo

LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL AÑO PICASSO RECALA EN ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y JAPÓN

El mes de diciembre comenzará el día 5 con un evento en Nueva York y posteriormente recorrerá Canadá y otras zonas de Estados Unidos

La presentación de la efeméride en Tokio tendrá lugar el 13 de diciembre

1/12/2022.- La celebración del Año Picasso 2023 con Málaga como protagonista continúa presentándose en todo el mundo con la participación activa del Ayuntamiento de Málaga a través del Área de Turismo. Las próximas acciones de promoción se desarrollarán en Estados Unidos, Canadá y Japón.

Así, en el mes de diciembre arranca una gira por Estados Unidos donde se presentarán las actividades culturales y propuestas turísticas que, con motivo del cincuentenario del fallecimiento del malagueño universal, Pablo Ruiz Picasso (1973-2023), la ciudad de Málaga va a albergar durante el próximo año.

El punto de partida de esta acción en Norteamérica tendrá lugar en Nueva York el 5 de diciembre con una serie de reuniones con Turismo de Nueva York, Virtuoso, Signature Travel y muchos otros operadores; y continuará por la tarde con la celebración de un evento organizado por el Área de Turismo y que contará con la presencia de otros turoperadores y medios especializados en turismo premium, lifestyle, gastronómico y cultural, segmentos en los que la ciudad viene apostando por su gran potencial.

Esta cita servirá de previa al día 6, cuando el Área de Turismo se reunirá con Travel+Leisure y aerolíneas, entre otros, y por la tarde tendrá lugar la presentación española del Año Picasso, junto a la OET de Nueva York.

Acto seguido, la delegación acudirá el día 7 a Toronto, ya en Canadá, en otra presentación que coordinará junto a la OET de Toronto en dicha ciudad. A continuación, el día 8, la delegación viajará a Montreal, donde mantendrá reuniones con los principales operadores de Quebec y con distintas compañías aéreas.

Chicago, Los Ángeles y San Diego serán las otras ciudades en donde estará presente la ciudad de Málaga para presentar el Año Picasso a la industria turística local, con agentes de viaje, turoperadores, aerolíneas y demás



proveedores turísticos norteamericanos, junto a las OETs de Chicago y Los Ángeles, respectivamente.

El día 9 de diciembre tendrá lugar la presentación del Año Picasso para las agencias y turoperadores de Chicago, y también se realizarán visitas y destacadas reuniones comerciales.

Los días 12 y 13 de diciembre se realizarán dos presentaciones del Año Picasso. La primera de ellas se hará coincidiendo con la inauguración del nuevo Instituto Cervantes en la ciudad de Los Ángeles. Al día siguiente, el 13 de diciembre, la delegación se desplazará a San Diego para una presentación exclusiva del Año Picasso en el Museo de Arte Contemporáneo de San Diego.

Posteriormente, la delegación malagueña retornará a la ciudad de Chicago, que acogerá el día 15 una presentación nacional del Año Picasso para prensa especializada estadounidense.

En paralelo, y coincidiendo con la gira estadounidense, el Año Picasso 2023 también será dado a conocer en la capital de Japón, Tokio. Será en la jornada del 13 de diciembre, en el Hotel The Tokyo Edition, contando también con presencia del Área de Turismo.

El objetivo global de estas presentaciones es difundir en profundidad la ciudad de Málaga como referente del turismo cultural internacional de España hacia el mundo en el año 2023, ante la oportunidad que representa la conmemoración del 50 Aniversario del fallecimiento del universal artista malagueño, y posicionar el destino y su propuesta turística en los mercados norteamericanos.

A través de estas presentaciones se muestra el tejido turístico de la ciudad, como hoteles, agencias receptoras, experiencias, museos, entre otros, y la totalidad de la oferta turística de Málaga.

De la misma manera, estas acciones supondrán el escenario adecuado para promocionar en Estados Unidos y Canadá la candidatura malagueña a albergar la Expo 2027.

MERCADOS

Estados Unidos es, hasta octubre, el sexto mercado internacional en viajeros hoteleros en Málaga capital y el primero no europeo, sumando ya 42.481 viajeros que han efectuado 109.022 pernoctaciones, arrojando una estancia media de 2,56 días.

De hecho, en meses como junio y julio, el estadounidense llegó a ser el tercer mercado en número de viajeros hoteleros, por encima de mercados muy fidelizados como Italia, Países Bajos o Alemania.

Al interés creciente del mercado norteamericano se une la conexión directa entre Málaga y Nueva York que se recuperará para el próximo mes de junio de 2023



por parte de United Airlines, que genera nuevas oportunidades de atracción de este perfil turista.

Japón, por su parte, es uno de los principales mercados en los que se promociona Málaga como parte integrante de la alianza Andalusian Soul, que une las ciudades de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla para la promoción de un destino unificado en mercados de larga distancia.