



Turismo y Promoción de la Ciudad

EL PICASSO CELEBRATION MÁLAGA EVENT CULMINA CON MÁS DE 4.000 CITAS PROFESIONALES

La difusión del evento para profesionales de viajes de lujo y premium ha superado las 60.000 impresiones en redes sociales

22/09/2023.- Culmina con éxito el *Picasso Celebration Málaga Event*, encuentro B2B para profesionales internacionales del turismo de lujo y premium organizado por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga en el marco de la Celebración Picasso 1973-2023. El evento, que ha contado con la colaboración de Turespaña, así como de Turismo de Andalucía y Turismo y Planificación de la Costa del Sol, ha reunido a 72 compradores internacionales que han efectuado un total de 4.032 citas profesionales durante los dos días destinados a estos contactos, el 12 y el 13 de septiembre.

Para la presencia de estos compradores se ha contado con la colaboración de 28 OETs de todo el mundo, entre Europa (Lisboa, París, Roma, Milán, Londres, Berlín, Frankfurt, München, Zurich, Polonia, Austria, Bruselas, La Haya, Copenhague y Oslo), América (Los Ángeles, Nueva York, Chicago, Miami, Toronto, México, Buenos Aires-Argentina y Sao Paulo) y Asia (India, Pekín, Tokio, Cantón (Hong Kong), Indonesia-Singapur y Abu Dhabi).

Estas agencias, turoperadores y planificadores de viajes de todas las partes del mundo, interesados en el turismo de lujo, han establecido contacto con 79 empresas malagueñas y andaluzas, entre hoteles, proveedores de experiencias y otros servicios turísticos.

De estas empresas, 31 de ellas pertenecían a la capital malagueña, mientras que 21 procedían de distintos lugares de la provincia. Las provincias de Sevilla y Córdoba han sido las que más vendedores han aportado, si bien también ha habido empresas procedentes de las provincias de Cádiz, Granada, Huelva y Jaén.

Durante el encuentro, los compradores de todo el mundo como los vendedores de Málaga y Andalucía han coincidido en mostrar su satisfacción tanto por el desarrollo de las jornadas como por el alto nivel de calidad de empresas y marcas participantes. Estas citas han tenido por marco el Museo de Málaga, la Alcazaba, el Museo Picasso Málaga y el Hotel Miramar.

Gracias a estos encuentros, se han abierto nuevas expectativas para la comercialización de la oferta del destino, logrando generar un destacable interés entre las agencias visitantes, que han solicitado en buena parte



numeroso material promocional, videos e imágenes para posicionar el destino en sus webs y plataformas de ventas.

La acción, una de las principales organizadas por el Área de Turismo en el cincuentenario de la muerte de Pablo Picasso, forma parte de la apuesta del Ayuntamiento de Málaga por posicionar la ciudad dentro del segmento de turismo de lujo, dando a conocer todas sus potencialidades y equipamiento.

DIFUSIÓN EN REDES

Desde las cuentas oficiales del Área de Turismo se ha desarrollado una campaña de difusión para la promoción del evento, que ha logrado superar las 60.000 impresiones entre Instagram, LinkedIn y X (antes Twitter).