comunicación y prensa municipal

Turismo y Promoción de la Ciudad

‘I FEEL GUILTY OF YOUR BEST MOMENTS’, NUEVA CAMPAÑA TURÍSTICA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE MÁLAGA DURANTE TODO EL AÑO

Incidirá en ocho segmentos turísticos de interés, así como en Navidad, Semana Santa y Feria de Agosto

La campaña, alojada en un *microsite* específico, también contempla acciones concretas para los mercados de Oriente Medio, Asia y Estados Unidos

Además, se está llevando otra campaña *online* de alcance nacional con la *influencer* malagueña María G. Durán @mariaspeaksenglish

15/12/2023.- La ciudad de Málaga lanza su nueva campaña turística ‘I feel guilty of your best moments’, destinada al mercado internacional a lo largo del año 2024. El *leitmotiv* de la acción promocional juega con la idea de que la ciudad de Málaga “se siente culpable” de superar las expectativas del visitante y de cautivar a las personas que viven experiencias en el destino.

‘I feel guilty of your best moments’ se ha presentado en la mañana de este viernes en el Cine Albéniz, en el transcurso de un acto al que ha acudido el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, acompañado del concejal delegado de Turismo y Promoción de la Ciudad, Jacobo Florido.

Durante el desarrollo del acto, han aparecido en escena el artista malagueño Javier Calleja; el chef Estrella Michelín Dani Carnero, del restaurante Kaleja; el presidente de la Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga, José Carlos Garín; el autor de la música de la campaña, Alejandro Lévar, y el director creativo de beon Advertising, Enrique Arjona, entre otros.

La campaña está alojada en el *microsite* guiltyofyourbestmoments.com y se compone de un spot general, de un minuto y medio de duración, y catorce específicos, de 45 segundos, que pivotan en torno a segmentos turísticos, mercados estratégicos y fechas especiales de la vida de la ciudad. Además, se han llevado a cabo gráficas digitales alusivas.

De esta manera, los segmentos gastronómico, cultural y city-break, turismo premium, naturaleza y playas, turismo familiar, lifestyle y compras, turismo

MICE, así como un spot específico sobre Picasso son la temática de sendas piezas audiovisuales de la campaña 'I feel guilty of your best moments'.

Por otra parte, tres de las fiestas principales de la ciudad, Navidad, Semana Santa y Feria de Agosto, también se incluyen en los spots de la campaña que se irán publicando a lo largo del año.

Además, 'I feel guilty of your best moments' impactará de manera específica en tres mercados internacionales de especial interés para el destino: Estados Unidos, Middle East (Oriente Medio) y Asia.

La campaña está lanzada por la agencia beon Advertising. Ha necesitado de 26 días de rodaje a lo largo de todo el año, contando con 62 localizaciones y 65 figurantes. El rodaje cuenta con el sello de producción sostenible de Málaga (iniciativa municipal de Málaga Film Office, Promálaga y el área de Sostenibilidad Medioambiental).

CAMPAÑA NACIONAL

Además, durante la presentación también se ha mostrado la campaña *online* de promoción de destino para la temporada de invierno que se está llevando estas semanas, a modo de colaboración entre el Área de Turismo y la *influencer* malagueña María G. Durán (@mariaspeaksenglish). Esta joven creadora de contenido es conocida por compartir "truquitos" de inglés y enseñar este idioma a su comunidad de forma divertida y sencilla. Ha publicado dos libros y, además, es dueña de la academia 'Pikingli' donde ofrece diversos cursos y clases online, adaptados a todos los niveles.

La campaña consta de la publicación de 4 *reels* en los perfiles de Instagram, X, Facebook, Youtube y TikTok de María, que acumulan un total de 1.824.962 seguidores. Estos *reels* se están compartiendo en los perfiles de Málaga Turismo, lo que permite ampliar la audiencia y el alcance de cada uno. Además, cada vídeo va acompañado el día de su publicación de varias historias en Instagram y Facebook que ayudan a aumentar la audiencia de la campaña, así como las interacciones.

El pasado 24 de noviembre arrancó la campaña coincidiendo con el estreno del alumbrado de Navidad de calle Larios y, en general, de toda la ciudad. En este primer *reel*, María mostró cómo fue el espectáculo que vivimos la noche del 24 en el que participó la cantante Luz Casal y el alcalde de Málaga. Además, María aprovechaba para informarnos de que iba a compartir estos días más "truquitos" de su ciudad en invierno.

Así, el siguiente *reel* publicado fue el 30 de noviembre: "Winter in Málaga", donde María nos muestra cómo es el invierno en nuestra ciudad: soleado, cálido y lleno de planes diferentes para disfrutar de las fiestas. El pasado 7 de diciembre se lanzó el último publicado hasta la fecha: "3 planes para disfrutar de Málaga – Winter edition", en el que incluye ir a ver una obra de teatro al Teatro Cervantes, pasear por el Centro para ver las luces de Navidad y

merendar churros con chocolate e ir a visitar los puestecillos del parque para comprar figuritas del Belén y decoraciones navideñas. El último vídeo, que se publica esta semana, nos muestra la visita de María al Jardín Botánico Histórico La Concepción y a su espectáculo navideño ‘Angélical’.

Además, la campaña global incluye un vídeo más largo que resume el contenido de los cuatro *reels* y que se publicará de forma orgánica en los canales municipales y del Área de Turismo estas fechas.