



COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

www.malaga.eu

Málaga acude a la World Travel Market para consolidar el liderazgo del mercado británico como su principal emisor internacional y reforzar el gasto medio y el turismo de calidad

- La ciudad llega a Londres para impulsar su posicionamiento internacional con en torno a 30 reuniones profesionales entre turoperadores, agencias, aerolíneas y otras empresas turísticas

Málaga, 4 de noviembre de 2025.- La ciudad de Málaga participa un año más en la World Travel Market (WTM) con el objetivo de consolidar el liderazgo del mercado británico como su principal emisor internacional, reforzar el gasto medio y el turismo de calidad. Asimismo, impulsará en el principal encuentro profesional del turismo en el mercado británico, que se celebra en Londres hasta el 6 de noviembre, su posicionamiento internacional con una intensa agenda de en torno a 30 citas con turoperadores especializados en segmentos como el turismo *premium* y lujo, agencias de viajes *online* y presenciales, aerolíneas, empresas turísticas, organizadores de eventos, proveedores, creadores de contenido y operadores de segmentos principales como el turismo cultural, el turismo educativo/idiomático o el de cruceros.

1/2

Estas reuniones abarcan no solo al mercado del Reino Unido, sino también a otros estratégicos para el destino, como Norteamérica, Oriente Medio, Asia y Europa continental.

Las reuniones confirmadas incluyen aerolíneas como Easyjet y su turopeador Easyjet Holidays; Gulf Air Holidays, la división turística de Gulf Air, aerolínea nacional de Bahréin; el Aeropuerto de Cornwall; Aerotravel, parte del grupo Lufthansa City Center; plataformas como TripAdvisor, Holiday Pirates o Travel Dudes; turoperadores como Viahoo Tours; empresas especializadas en turismo *premium* como Oliver's Travel o Epicurated Group; y numerosos blogueros, redactores y medios especializados en viajes y turismo.

La agenda, en el ámbito institucional, también incorpora la asistencia a la tradicional cena organizada por Diario Sur in English durante la jornada inaugural de la feria.

La presencia de Málaga en esta cita internacional busca reforzar su estrategia de



Verifica la información
antes de compartirla

málaga



posicionamiento, impulsando segmentos prioritarios como el turismo *premium* y de compras, el turismo HNWI (Individuo de Alto Patrimonio Neto), el enogastronómico y el de naturaleza, así como otros ya consolidados como el turismo cultural.

De esta manera, la delegación malagueña, encabezada por el concejal delegado de Turismo y Promoción de la Ciudad, Jacobo Florido, participa desde la jornada inaugural en el Centro de Exposiciones ExCeL London, desarrollando tanto la agenda técnica como la institucional.

El Área de Turismo de Málaga cuenta en la edición de este año del WTM con un stand propio ubicado en el Pabellón Hall 2.1 del recinto ferial ExCeL London, un lugar estratégico para facilitar las reuniones y negociaciones con profesionales del sector.

Colaboración con Exceltur

Durante la primera jornada, también se ha procedido a la firma de un protocolo general de actuación entre el Ayuntamiento, a través del Área de Turismo, y la Asociación Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur, con la intención de establecer vías de estudio que puedan facilitar la cooperación turística entre ambas entidades.

En concreto, se va a estudiar la posibilidad de colaboración en diferentes ámbitos como: intercambio de experiencias y mejores prácticas de la promoción de la actividad turística; desarrollo de campañas conjuntas que fortalezcan la actividad turística como elemento vertebrador de la actividad económica y ciudadana; colaborar en iniciativas que promuevan el turismo responsable; organizar eventos profesionales conjuntos e impulso de proyectos tecnológicos y sostenibles que combinen la innovación con el respeto por el entorno natural y social; participar en programas de intercambio educativo y profesional para fomentar la creatividad y el desarrollo de competencias de la ciudadanía, entre otros. La vigencia de este protocolo es de un año y no contempla obligaciones jurídicas o económicas concretas.

2/2

Fortaleza del mercado británico

Málaga llega a Londres en un contexto de consolidación y crecimiento del mercado británico, que continúa siendo su principal emisor internacional. Según datos de enero a septiembre de 2025, las llegadas de viajeros hoteleros británicos han aumentado más de un 20%, mientras que las pernoctaciones lo han hecho en un 9,7%, con una estancia media que alcanza los 2,39 días.

En el plano aéreo, y conforme a los datos del Big Data de Costa del Sol actualizados al 4 de noviembre, a tres meses vista se contabilizan 584.596 asientos reservados hacia el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol desde 17 ciudades británicas conectadas con el destino. Esto representa un incremento del 7,30% respecto al mismo periodo del pasado año.