

«Málaga presenta en la WTM de Londres un destino estrella»

Francisco de la Torre Alcalde de Málaga

Asegura que la llegada de turistas británicos se ha duplicado desde 2009 y que las expectativas en este mercado son muy positivas

:: **PILAR MARTÍNEZ**
Enviada especial

LONDRES. Málaga sigue de moda en el mercado británico. El alcalde de la capital de la Costa del Sol, Francisco de la Torre, considera que esta ciudad se presenta en la World Travel Market de Londres como «un destino estrella», que cuenta con unas previsiones muy positivas, pese a la incertidumbre sobre los efectos del 'Brexit'. Al británico que esté eligiendo destino para sus vacaciones le aconseja que «no se lo piense y que venga a Málaga». De ahí que vuelva de la WTM con una realidad optimista.

–¿Qué ofrece la ciudad de Málaga en la WTM de Londres?

–Málaga lleva a la WTM una oferta global, formada por todos los segmentos turísticos sobre los que se asienta nuestra actividad turística. El primero de ellos está claro, es la cultura. Por eso, vamos a insistir en la promoción de Málaga como ciudad de museos. Aunque la Junta de Andalucía aún no haya anunciado la fecha oficial de apertura al público del Museo de Málaga, nosotros vamos a empezar a promocionar ya este nuevo equipamiento de la Aduana, que se suma a la oferta ya existente en toda la ciudad. Igualmente, vamos a presentar el Gran Hotel Miramar, el primer hotel de cinco estrellas gran lujo de la ciudad, que nos va a ayudar a dar un nuevo salto cualitativo. Hemos prestado también una gran atención al turismo de congresos, a los cruceros y al turismo idiomático, segmentos en los que, como decía, tenemos una gran fortaleza; pero sin olvidar otros segmentos como el gastronómico.

–Mantiene Málaga un expositor propio en esta feria. ¿Lo considera clave?

–Sí, por supuesto. Es ya una de nuestras señas de identidad. Somos la única ciudad española con expositor propio en Londres. Quizá cuando empezamos a ir a la WTM con nuestro propio 'stand' hubo quien no lo entendiera. Hoy, sin embargo, es un hecho asentado. Nosotros vamos a la WTM con una importante agenda, que este año, por ejemplo, incluye más de una treintena de citas profesionales, además de presentaciones o ruedas de prensa. Necesitamos, por tanto, un espacio acorde para mantener este ritmo de trabajo. Y para ello hacemos un gran esfuerzo. Pero tiene resultados: Málaga tiene en la WTM una presencia que no tiene el resto de ciudades, no ya solo españolas sino europeas. Por ello,



De la Torre, en el expositor de la ciudad en la WTM. :: SALVADOR SALAS

mientras podamos, Málaga tendrá su expositor propio en la WTM. Como lo hace en otras grandes citas, como la ITB de Berlín o Fitur.

–Llegan con el aval de un buen año en este mercado. ¿Qué previsiones barajan para este invierno y el próximo verano?

–Las expectativas son muy buenas. El Reino Unido es nuestro principal emisor internacional. Está más que consolidado y, aun así, mantiene un excelente ritmo de crecimiento. Hasta septiembre se han alojado en los hoteles de Málaga más de 78.000 turistas británicos, un 25% más. Estos viajeros han generado 183.000 pernoctaciones, un 24,1% más. De seguir el actual ritmo de crecimiento, por primera vez superaremos este año la cifra de 100.000 viajeros británicos

alojados en los hoteles de Málaga. No hay que olvidar que en 2009 superábamos por muy poco los 50.000, por lo que estamos hablando de un ritmo de crecimiento espectacular. Es verdad que mantener este ritmo de crecimiento, sobre todo tras la incertidumbre que produce el 'Brexit', será difícil, pero lo cierto es que las previsiones que tenemos, tanto para el invierno como para la temporada de verano, son muy positivas.

–¿Cree que puede afectar o dejarse notar en esta feria el 'Brexit'?

–Sinceramente, yo creo que en esta WTM no vamos aún a notar ninguna afectación debido a la salida del Reino Unido de la Unión Europea, aunque, lógicamente, estamos expectantes para ver cómo se produce el 'Brexit'. Creo que Málaga tiene que

hacer virtud de la necesidad y en este sentido el 'Brexit' puede ser una oportunidad de negocio para nuestra ciudad. De hecho, en Málaga le hemos asignado a una delegación concreta que trabaje con el objetivo de captar para la capital de la Costa del Sol a empresas y emprendedores del Reino Unido que deseen mantener sus negocios bajo el paraguas europeo. Málaga es una ciudad muy competitiva, con muchos lazos con el Reino Unido, y eso no vamos a perderlo de un día para otro.

–¿Cuál es la oferta estrella que trae este año Málaga a Londres?

–El Ayuntamiento de Málaga apuesta por una presencia cada vez más profesional en las ferias turísticas. Estamos firmando acuerdos para seguir ampliando la presencia de la ciudad en los catálogos profesionales. Todas las acciones están encaminadas a que Málaga siga siendo uno de los destinos preferidos por los turistas británicos. Más que una oferta estrella, vamos a presentar un destino estrella, que se ha transformado completamente en los últimos años. Y que sigue haciéndolo.

–¿Qué le diría al británico que en estos momentos está eligiendo destino para sus vacaciones?

–Que no se lo piense, que venga a Málaga. Nuestra ciudad es un destino conocido por el turismo británico, pero a la vez sigue siendo sorprendente, está continuamente renovándose. No van a encontrar un destino más completo que el nuestro y tan bien comunicado con sus ciudades.

–Si un inglés le preguntara por la experiencia que no puede perderse en Málaga. ¿Qué le aconsejaría?

–Hay muchas cosas que no hay que perderse en Málaga. Yo creo que los británicos lo saben y, de hecho, están aumentando su estancia media en nuestra ciudad. No pueden perderse, desde luego, una visita a la Casa Natal de Picasso. Eso es algo que, como es lógico, no se encuentra en ningún otro lugar del mundo. No pueden perderse disfrutar frente al mar de una maravillosa fritura de pescaito frito y una puesta de sol. Que conozcan a la gente de Málaga, huelan una biznaga, vivan nuestra Semana Santa o nuestra Feria, entren en alguna de nuestras iglesias monumentales, disfruten del único Centre Pompidou que hay fuera de España, se sorprendan con el Museo Picasso, con el Centro de Arte Contemporáneo, con el Museo Automovilístico, con el Museo Jorge Rando, con el del Vidrio y el Cristal o la Colección del Museo Ruso... Son tantas cosas que yo les invitaría a que se viniesen a nuestra ciudad al menos una semana.

–¿Confía en volver de Londres con la misma euforia con la que ha llegado?

–Más que euforia, realismo optimista. Seguro que sí. El trabajo bien hecho tiene resultados.

La capital salta a los catálogos de turismo de lujo y de 'singles' británicos

:: **P. M.**

LONDRES. Con la agenda más apretada jamás programada en una feria de turismo, el concejal de Turismo de Málaga, Julio Andrade, selló ayer dos acuerdos importantes para el avance turístico de este destino en el mercado británico. Andrade, inmerso en un continuo ir y venir de directivos de operadoras con los que negociar alianzas, selló en la mañana de ayer un acuerdo con el director de One Traveller, Ian Darkin, en el marco de la World Travel Market (WTM) de Londres, que permitirá a la ciudad promocionar su oferta turística en los catálogos del primer tour operador británico especializado en viajes individuales para clientes de más de 50 años. «Málaga está haciendo un esfuerzo enorme no sólo por diversificar sus mercados emisores sino también por ampliar los perfiles de sus clientes», dijo.

El convenio contempla el desarrollo de acciones promocionales compartidas repartidas a lo largo del año 2017. Y es que este operador tiene previsto empezar a trabajar con el destino Málaga el próximo año, ya que hasta ahora sólo incluían la ciudad en la ruta 'Classical Spain', que oferta una excursión al Jardín Botánico-Histórico de La Concepción. Además, Málaga también era una de las paradas del crucero MS Braemar / Fred Olsen Cruise que sale desde Southampton y es comercializado como 'Andalucía auténtica'.

Nuevos reclamos

Los nuevos reclamos como el primer cinco estrellas Gran Hotel Miramar y la apertura del Museo de la Aduana han sido claves para estrechar lazos con Wexas Travel, un importante tour operador del Reino Unido dedicado al turismo de lujo. Este convenio permitirá la inclusión del destino, con pernoctación y visita, en el circuito 'The Splendours of Andalusia', que se comercializa tanto en catálogo tradicional como 'on line'. En este sentido, explicó que el próximo año Wexas editará su primer catálogo dedicado exclusivamente a España y Portugal, basado en viajes de lujo y que incluirá los mejores hoteles, itinerarios en coche y en trenes y propiedades únicas que no entran en los folletos convencionales. Todas las ventas son directas, ya que tienen un equipo de consultores especializados que se encargan de las reservas.

Por otro lado, Andrade también se reunió ayer con el director saliente de la Oficina Española de Turismo (OET) en Londres, Enrique Ruiz de Lera, así como con el que será su sustituto, Javier Piñanes. A ambos el edil le transmitió el deseo de Málaga de seguir contando con Turespaña en la puesta en marcha de acciones de promoción que beneficien a Málaga.