



Área de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones

## **MÁLAGA ACTIVA UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES DE LAS OFICINAS ESPAÑOLAS DE TURISMO EN EUROPA CON UN ALCANCE PREVISTO DE MÁS DE 1 MILLÓN DE PERSONAS**

El Área de Turismo pone en marcha esta acción durante de los meses de verano en los mercados de Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Noruega, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza y Rusia, basada en estos canales de las OETs europeas

6/08/2021.- El Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga ha puesto en marcha una campaña promocional durante de los meses de verano en los mercados de Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Noruega, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza y Rusia, basada en las redes sociales de las Oficinas Españolas de Turismo (OETs) europeas.

Los distintos canales de las OETs se han sumado a esta campaña con la que se prevé un alcance de más de 1 millón de personas (seguidores de las redes sociales) de dichos mercados.

Esta acción forma parte de la estrategia promocional de la ciudad para incentivar la demanda de viajes y la llegada de viajeros procedentes desde países europeos hacia Málaga. Está centrada en mostrar las potencialidades turísticas del destino, tales como la cultura, la gastronomía, el turismo familiar y naturaleza, entre otros, además de comunicar la gran seguridad del destino a nivel turístico y la mejor experiencia del viajero.

La iniciativa es fruto de la colaboración realizada con las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero, que serán los canales a través de los cuales generar visibilidad para Málaga y los recursos de la ciudad, mediante sus redes sociales de forma simultánea y totalmente gratuita.

Así mismo, estas redes sociales servirán de canal de difusión para la campaña municipal de comunicación Málaga *¡Dónde Mejor?*, mostrando las creatividades, la *landing page* y los videos de la misma.

### **PREVISIÓN DE IMPACTOS**

Uno de los primeros mercados en los que se ha implementado la campaña ha sido Alemania. Con más de 40.000 seguidores en las redes de Facebook e Instagram, los viajeros del mercado alemán han mostrado su deseo de viajar durante el verano y el otoño de 2021 y el 60% reconoce disponibilidad y





capacidad económica para ello, según las oficinas de turismo de España en Alemania.

En el mercado austriaco también se ha iniciado la campaña en Facebook, donde la Oficina de Turismo cuenta con 4.000 seguidores, dando a conocer lugares, monumentos y museos de Málaga entre los viajeros austriacos.

Otros de los mercados en los que se ha puesto en marcha esta campaña de comunicación turística a través de las redes sociales son los de Finlandia, Dinamarca y Suecia. En Finlandia se inició con la difusión en Facebook (5.999 seguidores) y Twitter (552).

En Dinamarca también se ha comenzado con la comunicación del destino malagueño en su canal de Twitter con más de 1.000 seguidores. En el caso de Suecia, el país nórdico comenzará con la campaña a finales de agosto y está previsto que impacte en sus 46.000 seguidores de Facebook y más de 1.000 de Twitter. Los viajeros nórdicos continúan expresando su interés por planes al aire libre, relacionados con la naturaleza y la sostenibilidad, en base a lo indicado por estas oficinas.

Italia, por su parte, ya ha comenzado con la difusión de la campaña en Facebook, donde cuenta con 131.861 seguidores, y Twitter donde tienen 9.502. Los viajes al extranjero de los italianos están centrados en países próximos de la Unión Europea. En este sentido, España fue la segunda meta preferida por los italianos para sus vacaciones (10,2% del total de viajes), por detrás de Francia (14,4%), y le siguieron Suiza (7,3%) y Austria (7%), según las oficinas de turismo de España en Italia.

El mercado británico, por su parte, sigue apostando por España, y Málaga, como destino vacacional y se registra un crecimiento de reservas para el invierno de 2021/2022 y el verano de 2022, de acuerdo a lo indicado por la oficina de turismo de España en Londres. La campaña comunicativa se inició en la segunda quincena de julio y ha impactado en los más de 185.800 seguidores de Facebook y los 71.300 de Twitter.

Las Oficinas de Turismo de España en el mercado ruso y suizo también se han sumado a la campaña de visibilidad de Málaga en sus redes sociales.

En el caso de Bélgica, Irlanda, Portugal, Francia y Noruega, la acción se iniciará próximamente y también está previsto que se vayan uniendo nuevos mercados en los que generar visibilidad e impacto directo sobre la oferta turística de Málaga.

