



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

MÁLAGA SE ADHIERE A LA RED ‘EUROPEAN CITIES MARKETING’ EN SU APUESTA POR EL DESARROLLO DEL TURISMO URBANO DE CALIDAD

Esta asociación integra a ciudades europeas de primer nivel y facilita a sus miembros una plataforma para generar sinergias en la gestión del turismo urbano

20/10/2021.- El Área de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones del Ayuntamiento de Málaga ha sellado su adhesión al European Cities Marketing, asociación sin ánimo de lucro que integra a destacados destinos europeos que tienen en común el interés por desarrollar estrategias de marketing urbano y la orientación hacia un modelo turístico y de ciudad sostenible.

European Cities Marketing engloba en la actualidad a 123 instituciones gestoras de destinos turísticos, ya sean de carácter regional, provincial o municipal, que representan a 36 países. En concreto, de España, además de Málaga, hay una quincena de destinos adheridos.

Según ha expresado la concejala de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, Rosa Sánchez, “formar parte de European Cities Marketing supone continuar nuestra labor de posicionar la ciudad de Málaga en las nuevas tendencias del turismo: dar importancia al desarrollo sostenible de las ciudades, aportar propuestas innovadoras a la gestión turística y subrayar el marketing urbano en una ciudad con mucho potencial en ese aspecto”. Además, Sánchez ha valorado que “la pertenencia a esta red nos permitirá establecer sinergias con otros destinos, intercambiar experiencias y trazar caminos comunes, conscientes de que vivimos en un mundo globalizado que en muchas ocasiones requiere respuestas globales”.

No en vano, European Cities Marketing es la única asociación europea dedicada a fortalecer el marketing urbano. La entidad proporciona a sus miembros una plataforma en la que pueden compartir conocimientos y mejores prácticas, todo ello para facilitar el cambio de una estrategia de marketing de destino tradicional a un prisma más amplio de marketing de ciudad, colaborando con ello al desarrollo sostenible de ciudades y regiones urbanas.

Además, European Cities Marketing cuenta con un programa de foros formativos en donde se intercambian experiencias y conocimientos sobre cuestiones relativas a destinos digitales, atención al visitante, marketing urbano, convenciones y reuniones o sostenibilidad, entre otras. Distintos expertos analizan estas temáticas, contando con la participación y apoyo de entidades como la propia Organización Mundial del Turismo, el Meeting Professionals International, el ICCA (International Congress & Convention





Association), la Asociación Europea de Touroperadores y otras compañías relevantes del sector turístico.

Hasta finales de año, European Cities Marketing cuenta con un calendario de más de una docena de eventos de distinta índole, tanto en formato presencial como online, que incluyen la presencia en citas de relevancia del sector turístico como el IMEX América, en noviembre, o el IBTM en Barcelona, a comienzos de diciembre.

