

Área de Turismo

MÁLAGA FINALIZA SU PROMOCIÓN TURÍSTICA EN NORTEAMÉRICA CON UN ÚLTIMO EVENTO PARA PERIODISTAS EN CHICAGO

El Año Picasso 2023 y el segmento premium, principales fortalezas de la gira por Estados Unidos y Canadá en el mes de diciembre

En total, el Área ha presentado el destino y atendido a en torno a 300 operadores turísticos, agentes y periodistas en los 6 eventos y en las reuniones en las que ha participado en Norteamérica

18/12/2022.- El Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga ha finalizado esta semana sus acciones promocionales en Norteamérica con un evento con periodistas especializados en la ciudad de Chicago, donde se han presentado las potencialidades del destino en materia de turismo premium, gastronómico y cultural. La cita, desarrollada el 15 de diciembre, en la que han participado 35 periodistas venidos del medio oeste norteamericano, ha supuesto la última de las acciones de promoción de Málaga en Estados Unidos y Canadá, en una gira promocional que comenzó el pasado 6 de diciembre en Nueva York.

Previamente, el pasado 9 de diciembre la delegación malagueña ya había recalado en esta ciudad del estado de Illinois, de la mano de la OET de Chicago, en donde se presentó Málaga a los principales agentes turísticos especializados.

De la misma forma, el 13 de diciembre, el Área de Turismo viajó al estado de California, concretamente a las ciudades de Los Ángeles y San Diego, para dar a conocer el destino de la mano de la OET de Los Ángeles y realizar reuniones comerciales con agentes emisores de Los Ángeles. Así mismo, el evento de presentación de Málaga en San Diego tuvo por marco el San Diego Museum of Art (SDMA).

En total, el Área ha presentado el destino y atendido a en torno a 300 operadores turísticos, agentes y periodistas en los 6 eventos y las reuniones en las que ha participado en Estados Unidos y Canadá; con los que ha podido planificar la promoción turística de la ciudad en estos mercados para el año 2023.

UNA GIRA POR UN MERCADO CON POTENCIAL

Así, con el evento de Chicago, Málaga culmina sus acciones promocionales en Estados Unidos y Canadá, que comenzaron el pasado 5 de diciembre en un evento en el NH Collection New York Madison Avenue que acogió a casi 60



profesionales entre turoperadores seleccionados y medios especializados en turismo premium, de lujo y cultural.

Posteriormente a este evento, la delegación malagueña presentó el Año Picasso de la mano de Turespaña en la propia Nueva York (6 de diciembre) y en la canadiense Toronto (7 de diciembre), de la mano de las respectivas OETs con sede en estas ciudades. A continuación, la delegación se trasladó a Montreal para continuar la ronda de reuniones con operadores y aerolíneas canadienses.

MERCADO NORTEAMERICANO

Estados Unidos, en lo que llevamos de 2022, representa el sexto mercado internacional en viajeros hoteleros en Málaga capital y el primero no europeo. Hasta octubre, 42.481 viajeros han efectuado 109.022 pernотaciones, arrojando una estancia media de 2,56 días.

Además, en meses como junio y julio, el estadounidense llegó a ser el tercer mercado internacional. En ese sentido, en junio de 2023 se estrenará la conexión directa entre Málaga y Nueva York por parte de United Airlines.

Por su alto valor añadido, tanto Estados Unidos como también Canadá se convierten en mercados fundamentales para consolidar el potencial del destino en materia de turismo premium, así como para mantener una alta tasa de estancia media y de gasto medio elevado en la ciudad.