



## INFORME DE PRESCRIPTORES PROFESIONALES 2012

El año pasado se publicaron un total de 65 publirreportajes sobre la oferta turística de Málaga en los principales medios de comunicación de todo el mundo gracias a los viajes de familiarización para periodistas especializados organizados por el Área de Turismo. El precio de mercado de estas inserciones supera los 2,5 millones de euros, según los datos facilitados por los propios medios de comunicación y contrastados con las oficinas españolas de turismo (OET) que colaboran en estas acciones promocionales.

El concejal de Cultura, Turismo y Deporte, Damián Caneda, ha presentado esta mañana el informe de prescriptores profesionales correspondiente el año 2012, que recopila los impactos publicitarios del destino mediante el formato de publirreportajes en medios de comunicación de tirada internacional, nacional y regional así como en las revistas profesionales del sector turístico, los portales online de turismo o las guías de viajes.

Según ha explicado el concejal, el Área de Turismo ha constatado este año un importante avance, tanto cuantitativo como cualitativo, en las publicaciones. De hecho, de las 42 inserciones de 2011 se ha pasado a 65 y el retorno de inversión se ha multiplicado por tres, ya que en el ejercicio anterior se cifró en 675.000 euros.

De hecho, la oferta turística de Málaga ha tenido presencia a través de estos canales en Alemania, Argentina, Arabia Saudí, Bélgica, Canadá, China, España, Estados Unidos, Emiratos Árabes, Holanda, Irlanda, Italia, Kuwait, Reino Unido, Rusia, Turquía, Suecia o Tailandia, muchos de ellos mercados emergentes en los que el sector turístico de la capital tiene un gran interés por estar presente.

Los reportajes se han publicado en medios internacionales tan reconocidos como The Independent, The Sunday Times, The Daily Star, Belfast Telegraph, The Irish Times, La Vanguardia, La Repubblica, ABC o Haberexen. Además, la ciudad también ha estado presente en las rutas internacionales de diversos mercados europeos gracias a las revistas que ofrecen a bordo de sus aviones aerolíneas tan importantes como BMI Baby, Vueling, Ryanair, Brussels Airlines o Aer Lingus.

### **Inserciones concretas**

Los diferentes reportajes no reflejan únicamente la oferta genérica de la ciudad, sino que recogen también aspectos concretos de los atractivos turísticos que ofrece el destino. Así, por ejemplo, los nombres de diferentes restaurantes, bares o chiringuitos de la ciudad han aparecido en estos reportajes hasta 204 veces. Los hoteles, por su parte, han registrado 98 inserciones; los museos y monumentos, 324; y los grandes eventos de la ciudad (Feria, Semana Santa, Festiva de Cine), 35.



En cualquier caso, el concejal, que ha puesto de manifiesto la enorme rentabilidad turística que tiene los viajes de prensa organizados por el Área de Turismo, ha subrayado que el informe sólo recoge las inserciones en forma de publirreportaje, por lo que si se tuvieran en cuenta otros formatos periodísticos el número de impactos sería mucho mayor.

En 2012 un total de 93 periodistas de los principales mercados turísticos tuvieron la oportunidad de conocer los atractivos de Málaga gracias a los viajes de familiarización organizados por el Área de Turismo. La inversión destinada por el Ayuntamiento de Málaga para estas acciones fue de 15.500 euros, lo que, según el concejal, pone de manifiesto el bajo coste de estos viajes frente a su alto retorno.

Hay que tener en cuenta que el alojamiento corre a cargo de los hoteles de la ciudad gracias al convenio firmado por el Consistorio y las empresas del sector. Igualmente, en la organización de estas actividades promocionales se cuenta con la colaboración de RENFE, las compañías aéreas o las empresas de transporte.

Para la selección de los periodistas que participan en los viajes de familiarización, el Área de Turismo cuenta también con la colaboración de Turespaña, quien a través de sus oficinas españolas de turismo (OET) en los diferentes países certifica que los invitados son, efectivamente, prescriptores profesionales.

Según ha destacado el concejal, “como demuestran los datos, el retorno de este tipo de acciones es muy rentable en cuanto la publicación en prensa especializada y generalista hace llegar a un gran número de potenciales clientes los recursos y productos turísticos del destino y lo hace, además, con una muy baja inversión”.

“Los viajes de familiarización, como puede comprobarse en los últimos años, se han convertido en unas acciones indicadas especialmente para la promoción de la ciudad, ya que los periodistas tienen la oportunidad de conocer de primera mano la transformación de nuestro destino turístico, la ampliación de sus recursos culturales y monumentales y su riqueza en todos los segmentos para después poder mostrárselos a nuestros potenciales clientes”, ha recordado Caneda.

### **Acciones previstas**

El plan de dirección del Área de Turismo actualmente en vigor recoge la determinación de que la comunicación se convierta en uno de los ejes más activos en sus estrategias de promoción, ya que la ciudad de Málaga actualiza constantemente su oferta turística, sus infraestructuras y equipamientos, por lo que se hace necesario comunicar estas novedades lo antes posible y al mayor número de potenciales interesados.



Asimismo, se seguirá prestando una especial atención a la comunicación en el mercado nacional. Para ello, el Área de Turismo se apoyará en un plan de comunicación con medios nacionales y en la programación de diversos viajes de familiarización, además de en el envío de 'newsletters' y visitas comerciales, entre otras acciones.

No en vano, durante este año se potenciarán aún más las acciones destinadas a la prensa escrita (tradicional y online) con el objetivo de aumentar la presencia del destino turístico Málaga ciudad en los principales mercados de todo el mundo. De esta forma, el documento marco de la política promocional de la ciudad, que cuenta con el visto bueno del sector turísticos, prevé en 2013 la realización de una treintena de viajes de familiarización para periodistas tanto nacionales como internacionales, que representarían a los mercados estratégicos para Málaga.

## Relación de artículos

Publicación	Mercado	Fecha Publicación	Valor de retorno
Viaggi e Vacanze /Il Giornale	Italia	19/10/2011	75.600 €
The Independent	Reino Unido	17/12/2011	25.000 €
Joe.ie	Irlanda	03/01/2012	12.500 €
Supermaxx	Alemania	03/01/2012	15.650 €
The Jewish Chronicle	Reino Unido	19/01/2012	11.650 €
The Jewish Chronicle	Reino Unido	20/01/2012	11.650 €
The Irish Mail on Sunday	Irlanda	20/01/2012	13.179 €
The Sunday Times	Irlanda	22/01/2012	26.900 €
Revista Paisajes (RENFE)	España	01/02/2012	54.600 €
Revista Ling (Vueling)	Mundial	01/02/2012	21.000 €
Klassik Stiftung Weimer	Alemania	06/02/2012	2.653 €
Trav Magazine	Holanda	24/02/2012	7.256 €
Proef Spanje (Turespaña)	Holanda	24/02/2012	10.520 €
Swiss Magazine (Swiss Airl.)	Mundial	01/03/2012	54.650 €



Madame	Alemania	16/03/2012	72.000 €
Yeah Baby (Bmi Baby)	Reino Unido	01/04/2012	83.531 €
Revista Ling (Vueling)	España	01/04/2012	3.500 €
Revista Ling (Vueling)	España	05/04/2012	3.500 €
The Belfast Telegraph	Irlanda	06/04/2012	3.821 €
The Belfast Telegraph	Irlanda	11/04/2012	3.821 €
Let's Go Magazine (Ryanair)	Mundial	01/05/2012	120.420 €
B. There! (Brussels Airlines)	Bélgica	01/05/2012	11.566 €
Lifestyle Travel (Ulster B.)	Irlanda	01/05/2012	4.500 €
City Report	Holanda	06/05/2012	13.450 €
Touristik Lounge	Alemania	16/05/2012	5.400 €
Mortimer	Alemania	25/05/2012	1.500 €
Irish Times	Irlanda	14/06/2012	68.000 €
Nottingham Evening Post	Reino Unido	14/06/2012	5.859 €
Endless Vacations	Estados Unidos	10/07/2012	24.458 €
The Independent Traveller	Reino Unido	14/07/2012	37.500 €
La Vanguardia (MelarGo)	España	16/07/2012	85.500 €
Cruiscritic.co.uk (web)	Reino Unido	17/07/2012	5.500 €
Mirror.co.uk (web)	Reino Unido	18/07/2012	31.875 €
E-Travel Blackboard Asia	Reino Unido	19/07/2012	4.120 €
Express & Star	Irlanda	20/07/2012	14.500 €
Belfast Telegraph	Irlanda	21/07/2012	89.100 €
Dewezet	Alemania	21/07/2012	3.419 €
Cara Magazine (Aer Lingus)	Mundial	01/08/2012	43.992 €
Travel Trade Gazette (TTG)	Canada	02/08/2012	1.637 €
Daily Mirror	Reino Unido	04/08/2012	41.687 €
Daily Star	Reino Unido	04/08/2012	106.250 €
Tripideas.co.uk (Sunday E.)	Reino Unido	09/08/2012	3.500 €
Sunday Express	Reino Unido	19/08/2012	7.550
Komsomolskaya Pravda	Rusia	27/08/2012	128.940 €
Pregancy and Parenting	Irlanda	01/09/2012	2.400 €



Alegria Magazine	Estados Unidos	05/09/2012	2.682 €
Viaggi / La Repubblica	Italia	12/09/2012	95.320 €
Harleber.com	Turquía	19/09/2012	16.250 €
Haberexen	Turquía	19/09/2012	2.553 €
Ulasim Online	Turquía	20/09/2012	32.500 €
Airport Haber	Turquía	20/09/2012	27.625 €
Interpress	Turquía	24/09/2012	2.650 €
Viaggi 24 / Il Sole 24 Ore	Italia	24/09/2012	34.400 €
De Viajes	España	01/10/2012	40.200 €
Revista Woman	España	01/10/2012	16.950 €
Tour Hebdo	Francia	05/10/2012	4.690 €
Saudi Gazzette	Arabia Saudí/Kuwait	05/10/2012	40.560 €
Na'amat Woman magazine	Estados Unidos	09/01/2012	35.650 €
Sunday World	Irlanda	21/10/2012	55.000 €
Partance magazine	Francia	01/12/2012	900 €
Daily Mail online	Reino Unido	15/12/2012	203.175 €
Irish Independent	Irlanda	15/12/2012	18.477 €
Revista Yo Dona Viajes	España	19/01/2013	236.800 €
Insider	China	01/01/2013	166.000 €
ABC Escapadas	España	08/01/2013	60.294 €
Daily Mirror	Reino Unido	26/01/2013	48.000 €

Fecha de cierre de inventario: 31/01/2013

Departamento de Promoción Turística - Área de Turismo

Ayuntamiento de Málaga