

Turismo se alía con productores de subtropicales para promocionar el destino Andalucía en cuatro países



Noticias

El consejero Rafael Rodríguez establece un acuerdo junto al Ayuntamiento de Vélez-Málaga para la distribución de folletos informativos sobre la región

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, ha dado a conocer una acción que permitirá promocionar el destino Andalucía en cuatro mercados emisores aprovechando la comercialización de productos subtropicales, tras un acuerdo alcanzado con el Ayuntamiento de Vélez-Málaga y empresas de la zona.

Rafael Rodríguez, acompañado por el alcalde de la localidad malagueña, Francisco Delgado Bonilla, destacó que "no se trata de una campaña de marketing turístico al uso, sino de una acción totalmente innovadora que se configura como un posible nuevo canal de difusión del destino", dirigida a promocionar la propia localidad, la Costa del Sol y el conjunto de Andalucía.

Para ello, en colaboración con el Ayuntamiento veleño y varias empresas de la localidad, se realizará una campaña a través de folletos promocionales e informativos que se introducirán en el empaquetado de aquellos productos agrícolas subtropicales del municipio.

El objetivo es, según expresó el consejero, aprovechar la red de distribución de las empresas y cooperativas productoras, comercializadoras y exportadoras de estos productos para llegar hasta el consumidor final y mostrarles los atractivos de la zona y de Andalucía como destino turístico.

En este sentido, apuntó que esta iniciativa de colaboración entre entidades públicas "se alinea perfectamente con las estrategias de producto del Plan Director de Promoción turística 2013-2016", además de añadir "un plus de innovación" a las actuaciones promocionales realizadas hasta ahora, configurándose como un nuevo canal de comunicación exportable a otros segmentos.

Valoró también que la acción ofrece respuesta a las tendencias actuales de la demanda, ofertando Andalucía como "un destino de experiencias", apoyándose en este caso en la gastronomía y dirigiéndose a los cuatro principales mercados para la comunidad, como son España, Reino Unido, Alemania y Francia.

1,5 millones de folletos en tres idiomas

El folleto, del que se editarán 1,5 millones de ejemplares en tres idiomas (inglés, francés y alemán), incluirá información del destino turístico y del origen del producto comercializado, así como sobre las experiencias por segmentos que se pueden disfrutar en el mismo (sol y playa, cultura, patrimonio, camping y naturismo o naturaleza y gastronomía).

El consejero sentenció que esta actuación representa "una magnífica estrategia para entrar en los hogares de los consumidores finales", dándoles a conocer el lugar de donde provienen los productos al tiempo que se les sugiere la visita al destino "de forma atractiva y experiencial".

Además, valoró que este proyecto contribuirá a la promoción de la Axarquía en el marco de la marca Costa del Sol, una zona para la que abogó por la puesta en marcha de iniciativas "desde una perspectiva global, para que se convierta en paradigma del desarrollo turístico".

Por su parte, el alcalde de Vélez-Málaga, Francisco Delgado Bonilla, destacó la voluntad de colaboración institucional y su importancia a la hora de emprender nuevas estrategias de comunicación y promoción, tanto para la difusión de los atractivos de la localidad como del conjunto de la comarca.

Junta de Andalucía