



NOTA DE PRENSA

El Ayuntamiento de Madrid, la Comunidad, la Cámara de Comercio, como parte de la Asociación Turismo de Madrid, acuerdan este plan para fortalecer turísticamente Madrid

Madrid pone en marcha un Plan de Marketing Turístico

- Este plan de acción, en línea con el Plan Estratégico de Turismo 2015-2019, tiene como objetivo convertir la capital en una de las cinco ciudades más importantes en el turismo de Europa en 2019
- El plan define los mercados objetivo como los tipos de acciones a desarrollar en esos mercados y también concreta las acciones de marketing que deben llevarse a cabo
- Una de las primeras medidas será una marca única, que agrupará los activos turísticos de la capital y de la comunidad bajo un único paraguas para ganar atractivo a nivel internacional
- El Ayuntamiento desarrolla sus planes de acción de manera consensuada con la ATM y apuesta por poner en valor el carácter propio de los barrios de Madrid

Madrid, 3-mar-'16

Los nuevos equipos del Ayuntamiento de Madrid, la Comunidad, la Cámara de Comercio y entidades culturales y empresariales, integrantes de la Asociación Turismo de Madrid (ATM), han ratificado su voluntad de trabajar coordinadamente en la promoción turística y acuerdan un Plan de Marketing Turístico. Durante el último año, se han desarrollado las líneas maestras de este plan sobre el Plan Estratégico de Turismo de Madrid 2015-2019 y diferentes trabajos posteriores.

El Plan de Marketing Turístico define los mercados objetivo, así como los tipos de acciones a desarrollar en esos mercados, para fortalecer Madrid como destino turístico. Este plan de acción, en línea con el Plan Estratégico de Turismo, marca como objetivo principal que Madrid alcance el top 5 de ciudades más importantes en el turismo de Europa en 2019. Además, también establece el objetivo 30-50-20, que se traduce en mejorar un 30% el número de turistas, aumentar un 50% el gasto por turista y aumentar un 20% los turistas en temporada baja.

Madrid Destino

Dirección de Comunicación
Plaza Mayor, 27 (3ª planta)
28012 Madrid

Tel: +34 91 701 22 10
email: comunicacion@esmadrid.com



NOTA DE PRENSA

Durante el último año, se ha trabajado intensamente para fijar estos objetivos y afinar la estrategia que persigue reorientar el modelo actual de gestión del destino. Madrid cuenta con grandes potencialidades y un recorrido de mejora elevado para alcanzar a las principales ciudades turísticas de Europa.

Marca única y mercados estratégicos

Una de las primeras medidas es el lanzamiento de una marca única, Madrid como destino turístico, bajo la que se agrupe en un concepto fácilmente identificable todos los atractivos tanto de la gran ciudad como de la región. El objetivo es crear valor en torno a siete competencias claves: patrimonio y cultura, estilo de vida, ocio y hospitalidad, negocios, congresos y ferias, turismo de shopping, de salud y de gastronomía y deportes.

El plan establece que la promoción del destino Madrid debe concentrarse en los siguientes mercados emisores estratégicos: los cuatro grandes europeos (Francia, Italia, Alemania y Reino Unido), América Latina (especialmente México, Colombia y Brasil), Estados Unidos, Rusia, y los grandes países asiáticos (como China) y Oriente Medio.

El apoyo del Ayuntamiento de Madrid

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Turismo de Madrid Destino, como parte fundamental de la ATM- junto a la Comunidad, Cámara de Comercio y sector privado-, apoya el trabajo y las acciones desplegadas por la ATM. Este apoyo se traduce en su compromiso por desarrollar sus planes de acción de manera consensuada con la ATM, es decir, que parte del plan de acción de la ATM lo desarrolla el propio Consistorio.

Madrid Destino apuesta por seguir promocionando los grandes y tradicionales atractivos de la ciudad de Madrid, ampliar la “huella turística” y poner en valor el carácter propio de los barrios de Madrid, desde Lavapiés, Latina, Conde Duque o el entorno de Madrid Río, pasando por Malasaña o Chamberí, hasta Salesas, Las Letras o Chueca, entre otros. Madrid tiene mucho que ofrecer y parte de sus atractivos están en sus barrios y en sus distritos y en las iniciativas que desarrolla en ellos la ciudadanía.

Sobre la Asociación Turismo de Madrid (ATM)

La Asociación Turismo de Madrid (ATM) se constituyó en 2015 con dos grandes objetivos. Por un lado coordinar todas las acciones promocionales del turismo que llevan a cabo la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria de Madrid y los sectores privados implicados (líneas aéreas, hostelería, comercio, restauración deportes, cultura, ocio y Meeting&Events). Por otro, desarrollar un Plan Estratégico de Turismo para Madrid.

La ATM cuenta en este momento con 52 socios, el 51% de la participación es capital privado y el 49% es capital público. La Junta Directiva está presidida por Javier Gómez

Madrid Destino

Dirección de Comunicación
Plaza Mayor, 27 (3ª planta)
28012 Madrid

Tel: +34 91 701 22 10
email: comunicacion@esmadrid.com



NOTA DE PRENSA

Navarro y su vicepresidente es Hugo Rovira, director general de NH Hotel Group.

La Asociación cuenta con nueve grupos de trabajo temáticos: Deporte; Gastronomía; Shopping; Patrimonio-cultura; Hospitalidad-ocio; Educación y tecnología; Promoción de rodajes; Negocio congresos y ferias; y Competitividad.

Los 52 socios de la ATM son Comunidad de Madrid, Ayuntamiento de Madrid (Madrid Destino Cultura, Turismo y Negocio), NH Hotel Group, Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, Iberia, Meliá Hotels, El Corte Inglés, Value Retail Management Spain, Real Madrid, Atlético de Madrid, AC Hoteles, Barceló, Mahou, Asociación Madrid Network, Alsa, ACHM Spain Management, Corporación Hispano Hotelera, AENA, RENFE, Grupo Juliá, Esteban Rivas, Autocares Ruiz Muñoz, Fundación Museo Thyssen Bornemisza, Fundación Teatro Real, Fundación Museo del Prado, Fundación Museo Nacional Reina Sofía, IFEMA, Patrimonio Nacional, Impulsa Eventos e Instalaciones (Barclays Center), Madrid Theme Park Management (Parque Warner), Casa Sefarad Israel, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Instituto Nacional de Artes Escénicas y de la Música (INAEM), Instituto Superior de Estudios Cambridge, Coca Cola España, Innova Taxfree Spain, Real Federación Española de Golf, Asociación Empresarial Hotelera de Madrid, Asociación Madrileña de Empresas de Restauración (AMER), Asociación Madrileña Audiovisual (AMA), Alborgis, Ayuntamiento de Alcalá de Henares, Ayuntamiento de San Lorenzo de El Escorial, El Corral de la Morería, Stage Entertainment España, Pentación, Fundosa (Ilunion Accesibilidad, Estudios y Proyectos), Grupo Smedia, Medios y Promociones Publicitarias, Meet in - Business Travel Management, Neoturismo y Travel Loop./

Madrid Destino

Dirección de Comunicación
Plaza Mayor, 27 (3ª planta)
28012 Madrid

Tel: +34 91 701 22 10
email: comunicacion@esmadrid.com