

La promoción de Andalucía alcanza un impacto valorado en 350.000 euros en el primer mes del acuerdo con el Aston Villa

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, valoró los resultados que está alcanzando el acuerdo suscrito con el Aston Villa F.C. para la promoción de Andalucía como destino durante la Premier League, a través de una serie de acciones que han superado un impacto global valorado en 350.000 euros en el primer mes. Rodríguez conoció las actuaciones de promoción directa desarrolladas en el marco del convenio, que contempla

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, valoró los resultados que está alcanzando el acuerdo suscrito con el Aston Villa F.C. para la promoción de Andalucía como destino durante la Premier League, a través de una serie de acciones que han superado un impacto global valorado en 350.000 euros en el primer mes. Rodríguez conoció las actuaciones de promoción directa desarrolladas en el marco del convenio, que contempla todos los partidos como local del equipo desde el comienzo de la actual temporada hasta final del presente año, enfrentando hoy en el estadio Villa Park al club de Birmingham y al Tottenham. Así, destacó el potencial de la Premier League como plataforma para la exhibición de los atractivos del destino, al tratarse de una de las ligas con mayor seguimiento a nivel mundial. De este modo, la promoción de la imagen de Andalucía alcanzó una valoración de 70.000 euros solo en el Reino Unido en el primer mes, impacto que se incrementa hasta los 350.000 en el conjunto de países en los que se retransmiten los encuentros. Subrayó, por tanto, el retorno registrado hasta el momento fruto de este acuerdo, que se intensificará con las actuaciones desarrolladas hoy y con la celebración de un partido dedicado a Andalucía en el mes de diciembre, que enfrentará al Aston Villa y al Manchester United. Además, el consejero destacó la necesidad de innovar en materia promocional, “abarcando todos los ámbitos e instrumentos a nuestro alcance para multiplicar el impacto y atraer nuevos viajeros, tanto de mercados consolidados como de emisores emergentes”. En este sentido, hizo hincapié en que el Reino Unido es un mercado propicio para la puesta en marcha de acciones de promoción directa al consumidor, ya que “es un mercado maduro, en el que Andalucía es sobradamente reconocida como destino y en el que existe un fuerte componente de organización individual de los viajes”. Rodríguez también se refirió a Birmingham y su zona de influencia como un área de extraordinario interés para la comunidad, ya que se trata de una de las principales ciudades de Londres, con un millón de habitantes; y cuenta con conexiones aéreas directas a Andalucía, que movieron al destino 115.000 pasajeros entre los meses de enero y septiembre del presente año. Retransmisión en 212 países. Por su parte, el director ejecutivo del Aston Villa, Reagan Berube, valoró a Andalucía como destino oficial del club durante el comienzo de esta temporada fruto de este acuerdo y apuntó que alrededor de 32.000 espectadores asisten hoy al encuentro, que además se retransmite por televisión en 212 países. El Aston Villa, fundado en 1874, fue miembro fundador de la Football League y de la Premier League y se trata de uno de los equipos más laureados de Inglaterra, contando entre otros trofeos con una Copa de Europa, una Supercopa de Europa, siete títulos ligeros y otras siete FA Cup. Birmingham, donde este equipo juega en el barrio de Aston, está considerada como la segunda ciudad en importancia del Reino Unido tras Londres, con una población de más de un millón de habitantes que asciende a 2,4 millones en la gran conurbación del West Midlands. Además, la ciudad es sede de grandes consorcios de agencias de viajes y operadores británicos, mientras que el aeropuerto internacional de Birmingham cuenta con vuelos directos y diarios hacia varias ciudades andaluzas a través de distintas compañías aéreas .

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Marketing Andalucía Turismo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>