

	Sur.es http://www.diariosur.es/v/20120517/marbella/luces-sombras-nombre-mitico-20120517.html
	Jueves, 17 de mayo de 2012
Noticias Marbella	
Difusión: 275.000	
Valoración: 4.300	

Luces y sombras de un nombre mítico

17.05.12 - 01:28 - SUR | MARBELLA.

0 Comentarios |  5 |  0 |  Compartir |  Recommend | 0

★★★★★ 0 votos

- Periodistas, expertos y empresarios coinciden en que la ciudad necesita crear un evento que sea referente internacional
- Expertos debaten en el Foro Ausbanc sobre las fortalezas y debilidades de la marca Marbella

La marca turística Marbella goza de una gran fortaleza en los mercados internacionales y sin embargo todavía tiene que luchar para combatir el lastre que supusieron para ella los casos de corrupción que se dieron en la ciudad. Esta fue una de las conclusiones a las que llegaron los participantes en el Foro Ausbanc Costa del Sol celebrado ayer en Puro Beach para analizar las fortalezas y debilidades de la marca y que estuvo moderado por el director de Onda Cero Marbella, José Navaja.

Los panelistas coincidieron en el camino que aún queda por recorrer. En este sentido, la directora Oak Power Communication, María Asenjo, informó de los datos de un estudio sobre la proyección internacional de Marbella, realizado con la colaboración de 200 periodistas internacionales, en los que se estipula que la identificación de la marca Marbella con la corrupción y los delitos urbanísticos ocupa una quinta posición. En cambio, el primer momento histórico que se recuerda es la creación de Puerto Banús, a lo que le sigue el desembarco del petrodólar de los árabes. «Esto quiere decir que los resultados son muy positivos: la marca Marbella es además asimilada al lujo, la exclusividad y la seguridad, hablamos pues de una marca turística muy bien posicionada», dijo.

Sin embargo, el director de la revista sueca Sydkusten, Mats Björkman, advirtió de que «Marbella, especialmente en Suecia, se vincula al crimen organizado», aunque apuntó que esto se produce «como fruto de la envidia de los mismos suecos, a los que les gustaría vivir aquí».

Por su parte, el delegado de SUR en Marbella, Héctor Barbotta, resaltó la paradoja que resulta la diferencia de valoración existente entre la sólida imagen de marca de la que Marbella disfruta a nivel global en los mercados turísticos y la mala imagen que la ciudad aún tiene como producto de los acontecimientos relacionados con la corrupción. «No es lo mismo la imagen de la marca Marbella que la imagen de la ciudad de Marbella», afirmó. «Tenemos que preguntarnos qué hacer para intentar que la imagen de la marca sea el prestigio que merece».

El gerente de Puro Beach, Raúl Morera, señaló el beneficio que supone la marca y su asociación al nombre comercial de la empresa, por crear esta situación favorablemente en Estepona es de la marca como fenómeno turístico.

Reparar daños

La jefa de Marketing de Onda Cero Marbella, Concha Morés, destacó la importancia de que se implementen políticas orientadas a reparar los daños de imagen que Marbella ha sufrido a lo largo de estos años. Asimismo, la periodista abogó por poner en marcha una campaña de regeneración y por «quitar esos prejuicios que nos acompañan cuando hablamos de Marbella».

La responsable de CADE Costa del Sol, María del Carmen Pino, también insistió en este aspecto y manifestó que, pese a tener «una imagen con sus valores y una marca creada», hay que trabajar para reforzar esa imagen.

Asenjo aseveró que la imagen de Marbella no se asocia a aspectos relacionados con la cultura, el arte o la intelectualidad. Así, apostó por crear un evento que sea referente internacional, como, por ejemplo, es el caso de Mónaco con sus citas deportivas o Cannes con su festival de cine.



Los periodistas que participaron ayer en el Foro Ausbanc celebrado en Puro Beach Marbella. :: JOSELE-LAINZA



MÁS NOTICIAS DE MARBELLA Y ESTEPONA

- Manilva celebrará una fiesta con un 'tronista' de los Hombreros, y Viceversa'
- Radio apoya a Heredia y Griñán para los congresos PSOE
- Geo-Natural invierte 300.000 euros en ampliar su oferta en Nueva Andalucía
- La Junta rechaza haber podido emplear el pago a hombres
- Carrocería Cero incorpora una ventanilla de pago electrónico en Estepona
- Adelanto de la compra de la casa de la familia de la reina
- Vecinos de Estepona reclaman la firma de un convenio con el ayuntamiento de Estepona
- Proyecto de Marbella para crear un distrito en Estepona
- Comerciantes de Estepona se quejan por la falta de clientes
- El Ayuntamiento de Estepona se queja por la falta de clientes

SUR.es SUR Marbella - Estepona on Facebook

 Like

1,105 people like SUR Marbella - Estepona.

    