



Región de Murcia
Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura,
Juventud, Deportes y Portavocía



El consejero de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, Marcos Ortuño, junto a representantes de cofradías que han asistido a la presentación

La Comunidad pone en marcha la campaña 'Mucho que celebrar' para promocionar las grandes fiestas de Semana Santa

El objetivo es que la difusión de la Semana Santa de Cartagena, Lorca, Murcia, Jumilla y Cieza, junto con la Noche de los Tambores de Mula, llegue a 500.000 nuevos potenciales turistas



Región de Murcia
Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura,
Juventud, Deportes y Portavocía

Bajo el lema 'Región de Murcia. Mucho que celebrar', la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía ha puesto en marcha la campaña de promoción de las fiestas de Semana Santa de Interés Turístico Nacional e Internacional, con el objetivo de atraer visitantes interesados en la amplia oferta turística de la Región para esas fechas y superar los índices de ocupación del pasado año.

El consejero Marcos Ortuño, que presentó esta iniciativa en un acto celebrado en el Museo Salzillo, acompañado por los representantes de cabildos y cofradías, indicó que con esta campaña, que se enmarca en la acción 'Región de Murcia. Mucho que celebrar', "pretendemos llegar a 500.000 nuevos potenciales turistas".

Se desarrollará en cinco ejes: los trenes de alta velocidad en la red nacional; publicidad en medios digitales de Madrid, principal mercado emisor de turistas nacionales; publicidad digital en redes sociales y Google; acciones directas de marketing; y publicidad en medios de comunicación de la Región.

Ortuño destacó que "impulsamos esta campaña en un momento único para la Región, ya que cuenta con un potencial de conectividad mayor que nunca por tierra, mar y aire gracias a la línea de AVE Madrid-Murcia, el Puerto de Cartagena y al Aeropuerto Internacional".

Los reposacabezas de los asientos en la red nacional de alta velocidad, concretamente en las líneas de Madrid, Barcelona, Gijón, Orense, León, Santander y Alicante, mostrarán a partir del 21 de marzo la imagen de la Región como destino turístico. Esta es una de las acciones incluidas en el



Región de Murcia
Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura,
Juventud, Deportes y Portavocía

convenio que suscribieron en enero el Itrem y Renfe para la promoción y difusión de la Comunidad.

Campaña digital

‘Región de Murcia. Mucho que celebrar’ tendrá también una presencia destacada a nivel nacional a través de una campaña digital en medios, redes sociales y plataformas, que igualmente tendrá proyección en prensa, radio, televisión y medios digitales regionales.

Por ese motivo, otra de las novedades es un vídeo interactivo que incluye menús en los que acceder a las diferentes experiencias que ofrece la Región de Murcia durante estos días: tanto a las cinco fiestas declaradas de Interés Turístico Internacional (Semana Santa de Cartagena, Lorca, Murcia y Jumilla y los Tambores de Mula) y la de Interés Turístico Nacional (Semana Santa de Cieza), como a los planes y experiencias complementarios a las procesiones. Se estima que la campaña digital alcance alrededor de cinco millones de impactos.

Además, se hará llegar de forma directa a más de 12.000 turistas digitales unos planes personalizados en función de las preferencias de cada uno de ellos. Y se editará la ‘Guía alternativa para disfrutar de la Semana Santa en la Región de Murcia’, con el objetivo de captar usuarios que se interesan de manera online por la Región para fidelizarlos mejorando su experiencia y frecuencia de visita en el futuro.



Región de Murcia
Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura,
Juventud, Deportes y Portavocía

500.000 pernoctaciones y un impacto de 110 millones de euros

La celebración de los actos de Semana Santa supone medio millón de pernoctaciones de media en el conjunto de alojamientos reglados de la Región, con un impacto estimado de unos 50 millones de euros. A esta cifra, se le suma el millón de pernoctaciones de segundas residencias, lo que supone 60 millones de euros adicionales.

En total, se alcanzarían los 110 millones de euros de impacto turístico derivado del gasto que los turistas realizan que incluye tanto a las actividades de hostelería (alojamiento y restauración), como al resto de subsectores complementarios de la actividad turística dependientes del gasto de los turistas: transporte, actividades de ocio, culturales, comerciales, deportivas, etc.

Este año, la previsión de partida de las asociaciones de alojamientos turísticos es “inmejorable” y, si la meteorología es favorable, se podría alcanzar o incluso superar los números del año pasado, que fueron los más altos de la serie histórica.

Los datos registrados en 2022, en los días más importantes, apuntaron a un lleno total en Lorca (11 puntos más que en 2019) y se superaron las marcas previas a la pandemia en Murcia (93 frente al 86 por ciento) y Cartagena (91 frente al 79 por ciento). Los balnearios rozaron igualmente el lleno, con un 98 por ciento de ocupación.

Por otra parte, en 2019, año previo a la pandemia, más de 800.000 personas visitaron la Región atraídos por el turismo cultural y, de ellos, 650.000 viajeros



Región de Murcia

Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura,
Juventud, Deportes y Portavocía

se alojaron en hoteles de las principales ciudades, y en conjunto, gastaron más de 250 millones de euros durante su estancia.