



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS

PATRONATO DE TURISMO MÁLAGA – COSTA DEL SOL ENERO – FEBRERO 2012

- ⇒ **12 de enero – Press-trip Revista “Automotive Traveller”.** A través de la Oficina Española de Turismo de Chicago, recibimos una petición muy interesante que nos puede ayudar en el segmento de lujo, en concreto en el del automóvil para el mercado americano. Durante 3 semanas el periodista Joseph Babiasz, de la publicación “Automotive Traveler” (www.automotivetraveler.com), ha estado en Málaga y Andalucía para escribir sobre el destino y sobre todo lo relacionado con el mundo del automóvil. Desde la OET de Chicago nos solicitaron apoyo para que estuviéramos con él un día en Málaga ciudad visitando el Museo del Automóvil (lugar que fascinó al periodista), Museo Picasso, visita guiada por el centro de la ciudad y almuerzo en El Pimpi. Asimismo también le ayudamos a conseguir citas con distintos venues de la provincia. Gracias a la visita de este periodista recomendado por la OET de Chicago hemos conseguido un reportaje sobre el destino en una publicación importante en el mercado americano.
- ⇒ **12 al 16 de enero – Meet & Talk Forum (Marbella).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha participado en el evento Meet & Talk Forum, que se dividió en dos fases. La primera, celebrada del 12 al 14 de enero, consistió en un workshop con programa social educativo en el que participaron compradores y vendedores, mientras que del 14 al 16 de enero se organizó un post tour sólo para compradores con objeto de que pudieran conocer y experimentar el destino y su oferta para la organización de reuniones, convenciones, congresos y viajes de incentivo. Participaron 19 clientes, todos ellos con poder para la toma de decisiones dentro de sus agencias y empresas y con gran interés por conocer más en detalle la zona. Se ha realizado un filtro y estos compradores tienen más de 40 grupos anuales de media por cada agencia, lo que supone una cartera de alrededor de 800 grupos anuales, dando un número aproximado de 40.000 viajeros. Durante los 4 días que ha durado el evento, hemos podido contactar con compradores de países como Reino Unido, Suecia, Noruega, Bélgica, Dinamarca o Rusia. El forum tuvo lugar en el hotel Gran Meliá Don Pepe. Además de las citas cara a cara durante dos días, ha habido un programa social de muy alto nivel con cenas en algunos de los mejores restaurantes de la zona, excursiones, team-building y actividades de networking, todo ello orientado a conseguir un mayor acercamiento entre compradores y vendedores en un ambiente distendido y agradable. Contactar y convivir de jueves a sábado con estos 19 clientes ha sido una buena oportunidad para presentarles y “formarles” sobre la oferta del destino y los servicios que el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol pone a su disposición. La mayoría no conocían la provincia de Málaga ni su oferta y les ha sorprendido la accesibilidad, variedad y calidad de la infraestructura hotelera, congresística, oferta gastronómica y complementaria.
- ⇒ **18 de enero – Presentación Estudiantes Colegio Maravillas.** En diciembre de 2011, el Colegio Maravillas de Benalmádena nos informó de que este mes de enero iban a recibir a un grupo de estudiantes alemanes de formación profesional relacionado con el turismo como parte de las prácticas que están realizando en agencias de viajes en Alemania. Durante su estancia de tres semanas en la provincia tenían previsto realizar diversas visitas a establecimientos turísticos y tenían además gran interés en visitar el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol para conocer sus instalaciones, quienes somos, a



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

qué nos dedicamos, nuestro funcionamiento, así como que les realizáramos una presentación técnica del destino. Se les realizó una presentación acerca del Patronato, su historia, a qué nos dedicamos, nuestra estructura, segmentos y mercados que promoveos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc. seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística, finalizando con la proyección de un DVD del destino y la posterior visita a nuestras instalaciones.

⇒ **18 al 22 de enero – FITUR (Madrid).** El Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol acudió, un año más a la feria internacional de Turismo FITUR, que sirve de pistoletazo de salida del año. Es el momento en el cual se presentan las novedades para el año que acaba de empezar. Con el objeto de facilitar la labor de comercialización tanto a nuestros socios como a los posibles compradores que se acercan a nuestro espacio, el stand ha presentado la oferta de nuestro destino de forma segmentada, un espacio pensado para ser el punto de encuentro de profesionales y curiosos, con funcionales y amplios espacios, predominando el color azul y blanco, imágenes características de nuestro destino e imágenes que mostraban la gran diversidad que poseemos. El stand de 400 m², algo más que en la pasada edición, estaba ubicado en el pabellón 3, dentro del espacio reservado para toda la oferta andaluza, disponía de una zona expositiva donde, por segmentos, se encontraban distribuidas todas las empresas y municipios que nos acompañaban, además una sala multiusos, dedicada a presentaciones y ruedas de prensa. Cinco cabinas de radio y televisión, así como una zona dedicada a las numerosas degustaciones que se ofrecieron que fue atendida por las Escuelas de Hostelería del IES Rosaleda e IES Jacaranda. Como novedad está edición se ha reservado un área de trabajo con 10 mesas a disposición de nuestros socios. En total se han llevado a cabo 23 presentaciones y ocho degustaciones gastronómicas de Ayuntamientos de la provincia y se ha conseguido que todos los municipios de la provincia salvo dos, Torremolinos y Málaga, hayan presentado su oferta turística bajo el paraguas del Patronato. Entre ellos los 31 municipios de la comarca de la Axarquía, con cuyos alcaldes se mantuvo una reunión en FITUR para presentarles nuestro plan estratégico, un plan que persigue como objetivo convertir a esta comarca malagueña en el referente del turismo sostenible del Sur de Europa: la Nueva Axarquía. En definitiva, elaborar un proyecto para toda la zona que complementa la oferta del litoral con el interior de la comarca axárquica. La gran apuesta del Patronato es buscar en el segmento cultural el gran diferenciador de la oferta turística de sol y playa. En esta línea el producto estrella ha sido “Mar de Culturas”, el eje cultural Málaga-Antequera-Ronda que incluye la amplia oferta de las tres ciudades. Para dar a conocer este producto, se realizó un acto paralelo a FITUR al que asistieron más de doscientas personas, entre ellos, más de medio centenar de agencias de viajes interesadas y touroperadores. Se prevé que el incremento del turismo nacional para 2012 superará el 1,9 por ciento registrado en 2011 y podría llegar al 3 por ciento, según los touroperadores y mayoristas de estancias españoles el mercado nacional crecerá en la Costa del Sol, principalmente por el efecto de sustitución de destinos de media y larga distancia. Nuestro principal objetivo, ahora, debe ser el mantener la estancia y el gasto medio por turista para recuperar el umbral de rentabilidad así como captar nuevos clientes para el uso de nuevos segmentos turísticos y de los ya tradicionales.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **3 al 5 de febrero – Fam-trip OPODO.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol atendió una petición de la Oficina Española de Turismo de París para la atención de un viaje de familiarización formado por 13 participantes entre los que se encontraban los responsables de producto, transporte y marketing de OPODO; vendedores de GoVoyage, un representante de la línea aérea Air France y un representante de la OET de París. OPODO es la agencia líder para la venta online de billetes de avión, con una cuota del 30% y con unos 1.400 clientes que viajan mensualmente con esta agencia, además de poseer un amplio porfolio online de alojamientos en toda la provincia de Málaga. Durante los tres días de su estancia en nuestra provincia, tuvieron la ocasión de conocer la oferta cultural de Málaga visitando el Museo Picasso, La Alcazaba, Teatro Romano, además de un paseo por las zonas más significativas del casco antiguo de Málaga. Tal y como solicitaron, pudieron disfrutar de una actividad de teambuilding en Marbella consistente en realizar espeleología en las Cuevas de Naguales. También visitaron Ronda, ciudad que ninguno de ellos conocían y quedaron encantados con la misma. Como conclusión, subrayar la buena calidad de los participantes. Destacar el interés mostrado por el destino, valorando muy positivamente el clima, las excelentes conexiones aéreas con Europa, la calidad y variedad de la infraestructura hotelera y la interesante oferta complementaria, de ocio y compras existentes.
- ⇒ **3 al 5 de febrero – Fam-trip Arabia Saudí.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol atendió una petición de la Oficina Española de Turismo de Roma (responsable del mercado de los Países de Oriente medio) para la atención de un viaje de familiarización formado por 9 participantes entre los que se encontraban los responsables de producto, ventas, marketing, viajes corporativos de una selección de las mejores agencias de Arabia Saudí con interés en nuestro destino. El objetivo de este viaje de familiarización ha sido dar a conocer la oferta de la Costa del Sol en lo que a turismo de lujo y reuniones se refiere. El programa ha incluido la visita al casco antiguo de Marbella y Puerto Banús, visita a Málaga, Museo del Automóvil y visita a las instalaciones de varios hoteles de 5 estrellas. Se ha conseguido mostrar un destino de calidad y de lujo, factores muy importantes en el tipo de negocio que mueven estas agencias saudís que trabajan organizando viajes de empresas, FITs VIP y viajes de casas reales árabes. Muy buena calidad de participantes que han demostrado mucho interés por el destino, valorando muy positivamente el clima, las excelentes conexiones aéreas con Europa, la calidad y variedad de la infraestructura hotelera y la interesante oferta complementaria, de ocio y compras existente. Sus clientes les demandan constantemente el destino España y la Costa del Sol, que para ellos es muy atractiva por nuestra riqueza histórica, gastronómica y cultural, por lo que habrá que seguir trabajando y dándonos a conocer en estos mercados, diversificando nuestros sectores de promoción.
- ⇒ **7 de febrero – Workshop Dolce Vita (París).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha participado por primera vez en el workshop de clientes rusos “Dolce Vita” organizado en el Salon Escale du Yachts de París. Este workshop está organizado por Interface Tourism Group, una empresa de marketing y relaciones públicas con base en Europa, Rusia y Península Arábiga. Ellos utilizan a su filial francesa, RM Consultants, para la organización de este workshop. Tienen un calendario de actividades interesantes. Son workshops a los que invitan entre 35 y 40 agentes de viajes rusos a que conozcan la oferta de productos europeos. Durante el workshops se estableció contacto con 14



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

clientes rusos con gran interés en el destino, algunos de ellos ya lo conocían y han trabajado en varias ocasiones con hoteles de Marbella y Puerto Banús. Estos agentes generan negocio a una clase media/alta de Rusia y que, en su mayoría, ofrecen productos de lujo, reuniones y circuitos. Rusia ha logrado superar la crisis económica internacional como pocos países, cerrando el 2011 con un crecimiento económico del 4%, lo que confirma la recuperación de su economía, estimándose un crecimiento durante el año 2012 del 3,8%. Rusia sigue siendo el mercado turístico emisor de mayor crecimiento en Europa y el tercero del mundo por detrás de China e India, y se prevé que siga creciendo. El turista ruso demanda principalmente sol y playa y cultura, por lo que la Costa del Sol es un destino atractivo para este mercado. En 2011, España recibió casi 900.000 turistas rusos, de los cuales 60.000 visitaron Andalucía. Los destinos españoles que reciben más trusitas rusos son Cataluña y Canarias. El mercado ruso es un mercado muy interesante con expectativas de crecimiento por el que tenemos que seguir apostando con acciones como este workshop, visitas puerta a puerta en destino como las que ya están contempladas en el Plan de acción 2012.

⇒ **22 de febrero – I Feria “Turismo de Sensaciones” (Málaga).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha asistido como invitado a un evento organizado por los alumnos de Formación Profesional del 2º Curso del Ciclo Formativo de Grado Superior de “Agencias de Viaje & Gestión de Eventos”, de la Escuela Cooperativa Santa María de Los Ángeles de Málaga. Los alumnos habían montado, bajo la dirección de su profesorado, distintos tipos de stands de varios segmentos turísticos, como por ejemplo: rural, aventura, sol y playa, gastronómico, salud y cultural, así como un stand que comprende las nuevas tendencias turísticas, desde el turismo idiomático, de salud, etc. La idea que ha tenido el centro era la de mostrar la extensa oferta turística de nuestro destino al visitante resaltando la diversidad de opciones de una oferta cada vez más especializada, en un turismo lleno de sensaciones, de experiencias nuevas que lleve al turista a disfrutarlo con los cinco sentidos y con ello tratar de que vuelva. El centro solicitó muestra colaboración, como organismo dedicado a la promoción del destino Málaga, que consistió en la aportación de guías y diversos folletos promocionales que han instalado y usado de un modo bastante profesional. Inicialmente el objetivo que nos planteábamos era mantener un contacto y hacerles llegar información a estos jóvenes que, de un modo u otro, van a intentar incorporarse a un trabajo relacionado con la promoción y comercialización del turismo, y mostrarles, dentro de lo posible, la realidad del trabajo que venimos haciendo desde el Patronato. Nos parece importante poder colaborar con Centros Educativos, como es el caso, entre cuya oferta educativa estén relacionadas con el turismo. Sería aconsejable dentro de nuestras posibilidades cooperar con este tipo de iniciativas, tanto con material promocional como con nuestra presencia e incluso dando alguna charla sobre el Patronato de Turismo.

⇒ **27 de febrero – Fam-trip TUI.** Como en otras ocasiones, TUI solicitó al Patronato de Turismo colaboración para la realización de una presentación genérica del destino en nuestra sede. En este caso se trataba de un grupo de 22 agentes de viajes alemanes invitados por TUI Alemania y con un programa coordinado por TUI España. El perfil de los participantes es el de empleados de agencias de viajes minoristas procedentes de toda Alemania. También han estado presentes algunos directores de agencias. El objetivo de este tipo de acción no es otro que Promocionar el destino facilitando



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

información genérica, que los agentes conozcan dónde se encuentra la Costa del Sol, sus características en cuanto a accesibilidad, ubicación, oferta hotelera y de ocio, oferta cultural, gastronómica, turismo de interior, etc. e insistir en las posibilidades de negocio para la venta en la temporada baja. También es importante que conozcan la labor del Patronato de Turismo como organismo sin ánimo de lucro dedicado a asesorarles sobre la oferta, así como informarles sobre las herramientas que ponemos a su disposición con el nuevo DMS. El mercado alemán es de los más importantes en la Costa del Sol y siempre es bueno aprovechar ocasiones como estas para presentar y promocionar el destino. Toda “formación” de agentes de viajes que comercializan Málaga y provincia es siempre positiva, más aún a través de la experiencia personal y el amplio conocimiento de la oferta. Hemos podido establecer una relación con vendedores de nuestro destino con el fin de ampliar nuestro conocimiento de las tendencias del mercado. Comercializan todo tipo de productos: sol y playa, golf, familias, turismo para mayores, etc. Han quedado gratamente sorprendidos con Málaga ciudad, su riqueza histórica y su creciente oferta cultural, gastronómica y de compras. La mayor parte de ellos no conocía la provincia de Málaga ni Andalucía y nos han insistido en que no hay mejor manera para vender un destino que descubrirlo a través de la experiencia personal. Su percepción y venta de ahora en adelante serán muy distintas.

Confidencialidad y privacidad

La información contenida en el presente informe tiene carácter confidencial. Asimismo los datos de carácter personal que recoge el mismo únicamente pueden ser tratados por el Patronato Provincial de Turismo de Costa del Sol, responsable del fichero donde los mismos se almacenan.

En el supuesto que Ud. divulgare la información referida o utilizare los citados datos de carácter personal, Ud. será el único responsable por la violación de las normas correspondientes debiendo dejar indemne al Patronato Provincial de Turismo de Costa del Sol frente a cualquier reclamación judicial o extrajudicial, ya sea administrativa, civil o penal que el mismo pudiere recibir.