



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

RESUMEN DE ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS
TURISMO Y PLANIFICACIÓN COSTA DEL SOL
MAYO – JUNIO 2015

VACACIONAL, OCIO & GOLF

5 al 8 de mayo – Misiones Comerciales Andalucía en Irlanda (Dublín). Turismo Costa del Sol asistió en mayo a dos eventos celebrados en Dublín, organizados por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y Deporte de Andalucía. Se trata de la celebración de una Misión Comercial en Trinity College y la celebración del Andalucía Sol Cup en el Powerscourt Golf Club en las afueras de Dublín, cerca de Bray. El público objetivo de la Misión Comercial era las agencias de viaje, turoperadores y prensa especializada, y el formato era el de workshop, con mesas para los empresarios andaluces, seguido de una cena con actuación flamenca. Turismo Costa del Sol participó en estas Misiones Comerciales como el destino andaluz con mayor peso en este mercado, mostrando un crecimiento importante de tráfico y de pernoctaciones entre este país y el aeropuerto de Málaga en los primeros meses de 2015, después de un aumento parecido en el año anterior. Por otro lado Turismo de Costa del Sol participó en la Jornada Profesional de Golf en Irlanda bajo el nombre de Andalucía Sol Cup, cuya celebración tiene como objetivo la consolidación del segmento de golf en este mercado, ofreciendo un marco idóneo para networking en un mercado que valora especialmente los contactos personales. Por la tarde tuvo lugar la cena y entrega de premios. Por parte del sector turístico irlandés participaron una treintena de touroperadores irlandeses y, dado el mal tiempo, se anunció que el evento se celebrará en Andalucía el año que viene.

6 al 7 de mayo – Fam Trip Agentes de Viaje Suiza. La OET de Zúrich solicitó nuestra colaboración para la organización de un Fam Trip con 9 agentes de viaje del 6 al 10 mayo durante el cual visitaron tanto la provincia de Málaga, como de Sevilla, Córdoba y Granada. Desde Turismo Costa del Sol colaboramos con una visita guiada a Málaga ciudad (Centro Histórico, Muelle Uno y Centro Pompidou), así como un almuerzo en El Pimpi y en el Palmeral el día 6 de junio y una visita guiada a Ronda, el día 7, donde visitaron los principales monumentos, terminando con una cata de vinos y almuerzo en la Bodega Joaquín Fernández en la Finca Los Frutales. Buena calidad de los participantes, con mucho interés por el destino, y a quienes hemos tenido la oportunidad de presentar la oferta segmentada de la Costa del Sol, además de hacerles hincapié en la oferta histórica y gastronómica de Málaga. Muchos de ellos no conocían Málaga ni la Costa del Sol o no han estado aquí desde hace muchos años y han quedado gratamente sorprendidos con el destino.

6 de mayo – Presentación Iberosur. Turismo Costa del Sol realizó una presentación sobre el destino y nuestra entidad a estudiantes de turismo belgas que han venido a Andalucía para ver y estudiar el turismo in situ de la mano de Iberosur. Acudieron 13 alumnos de entre 16 y 19 años y dos profesores, así como el acompañante por parte de Iberosur. Se les realizó una presentación en inglés acerca de nuestra entidad, su historia, a qué nos dedicamos, nuestra estructura, segmentos y mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística, finalizando con la proyección de un vídeo del destino. Los alumnos se quedaron muy contentos con la presentación como nos confirmó la agencia y de este modo se forma a futuros turistas, además

de aprovechar la estancia de ellos para que descubran la provincia. Puesto que los estudiantes son futuros profesionales del mundo del turismo, esta presentación fue de gran interés para ambas partes.

6 al 10 de mayo – Madrid Golf Experience (Madrid). Madrid Golf Experience, celebró su octava edición en el Parque Deportivo Puerta de Hierro, sede del Centro de Tecnificación de la Federación de Golf de Madrid. El cambio de formato y ubicación con respecto a otros años, marca un antes y un después en su apuesta por la promoción de este deporte. Ha sido la primera vez que un evento de estas características se ha celebrado al aire libre y en unas instalaciones deportivas. Al tener formato de puertas abiertas, no se ha podido cuantificar un número exacto de visitantes pero si bien es verdad que durante todo el fin de semana, miles de personas se han acercado hasta las instalaciones del Parque Deportivo de Puerta de Hierro para disfrutar de torneos, clinics, fittings, clases gratuitas, concursos y multitud de actividades organizadas para acercar a todo el mundo a este deporte. Dos carpas han albergado a más de 70 expositores presentes en el certamen. La oferta andaluza contó con un stand de más de 9 metros, 4 mostradores y zona de reuniones para que las empresas pudieran mantener sus encuentros tanto con profesionales como con el cliente directo. La amplia cobertura en medios confirma el interés y la necesidad de que exista una feria profesional que sea el nexo de unión de todo el sector. Además de la cobertura en radio, prensa escrita y varios canales de televisión, se contó con la presencia de Canal+Golf emitiendo en directo desde la feria, Radio Marca y el Periodigolf, durante los 3 días de duración de feria. Paralelamente al desarrollo de este evento, se realizaron torneos de golf amateurs en diferentes categorías con el fin de hacer de esta feria un atractivo más. El número de visitantes al encuentro ha sido bueno demostrando, una vez más, gran interés por nuestro destino, si bien es verdad que un porcentaje alto nos conoce. Al ser puertas abiertas, se esperaba un número de visitantes más elevado, pero el hecho de que la ubicación estaba un tanto alejada del transporte público, dificultó la concurrencia de público.

8 al 10 de mayo – Expovacaciones (Bilbao). Turismo Costa del Sol, participó en la XXXVI edición de la feria Expovacaciones. De forma paralela, en el pabellón 5 de Bilbao Exhibition Centre, se celebró la V edición de la Feria del Vehículo de Ocasión, en esta ocasión ambas ferias han reunido un total de 85.000 personas. Expovacaciones ha contado con 387 empresas que han ofrecido un amplio catálogo de experiencias turísticas para todos los gustos, y ha contado con la participación de las Comunidades Autónomas, Ayuntamientos, Patronatos y otros organismos públicos relacionados con el turismo. Los asistentes que se acercaron a Expovacaciones pudieron contratar viajes con variedad de actividades deportivas, relacionadas con la escalada o el montañismo, rutas guiadas, cruceros o estancias en lugares como Francia, Andorra, Alemania, Argentina, Portugal, Marruecos, Túnez, Cuba y República Dominicana en representación internacional. Durante los 3 días de la feria tuvieron lugar degustaciones y animaciones de distintos destinos. Andalucía ofreció degustaciones de atún de almadraba, jamón y vino. En líneas generales la feria se ha desarrollado de forma satisfactoria, aunque hay que señalar que, según los datos proporcionados por la organización, el número de visitantes se ha reducido bastante con respecto a la edición de 2014 (136.00 visitantes en 2014; 85.000 visitantes en 2015 en total entre Expovacaciones y la Feria del Automóvil). Cabe destacar que la información que más ha demandado el cliente vasco ha sido la relativa al Caminito del Rey. A todos los visitantes se les ha informado debidamente pero no hemos podido proporcionarles ninguna guía o catálogo ya que no disponíamos de ninguno sobre este nuevo recurso turístico.

Es imprescindible, sobre todo en ferias de público, contar con material sobre el Caminito del Rey. Por otro lado, también han demandado información sobre la Costa del Sol Occidental, salvo Marbella, destino del que tienen una mala imagen y de la Costa del Sol Oriental, sobre todo interesados en Nerja.

9 al 16 de mayo – Fam Trip Touroperadores Golf China. A través de Turismo Andaluz, la OET de Pekín nos solicitó colaboración para llevar a cabo un fam trip con agentes de viajes de golf, del 9 al 13 de mayo durante su estancia en la Costa del Sol. La finalidad de este viaje es potenciar la promoción del Circuito de Golf de España en China. Participaron 9 agentes de las demarcaciones de Pekín y Shanghai y una representante de la OET. Desde la OET nos indicaron que no todos los agentes hablaban inglés pero consideraron importante su participación debido a sus cargos, eran presidentes o vicepresidentes de las principales compañías de China y jugadores de golf, tratándose de agencias especializadas, o bien desarrollan el producto golf en uno de sus departamentos. Turismo Andaluz contrató a un especialista en golf (Manuel Fernández) que hizo de guía correo. Además se organizó un workshop con asistencia de un número limitado de DMCs especializadas en golf además de la Real Federación Andaluza de Golf. En estos casos, cuando es complicado comunicarse con los clientes (el nivel de inglés era bajo o nulo en algunos casos) es imprescindible contar con el apoyo de un nativo como era el caso de la representante de la OET que ha hecho una gran labor en pro al destino. El concepto de workshop, y a pesar de las dificultades de comunicación, salió bien según la valoración de las empresas locales. Este mercado ofrece posibilidades de desarrollo de negocio pero a largo plazo y la comunicación tiene un papel fundamental para transmitir los valores de España, Andalucía y Málaga. Sería muy recomendable contar con itinerarios para grupos reducidos, con precios orientativos, que incluyen estancia en Barcelona/Madrid, así como Málaga, con golf y visitas culturales y de compras en los principales puntos de Andalucía. Estos programas deben contar con salidas a los campos de golf de mayor renombre ya que es exigencia básica para estos colectivos.

11 al 17 de mayo – IAGTO Andalucía Trophy y Post Tour (Costa del Sol-Málaga). Evento que tuvo lugar en Marbella organizado por IAGTO y que cuenta con la colaboración y patrocinio principal de Turismo Andaluz, congregó en el destino a 50 touroperadores especializados en turismo de golf y miembros de IAGTO, con interés en conocer y valorar oportunidades de negocio con la oferta andaluza especializada en este segmento (campos de golf, hoteles y resorts, empresas de transportes y otras empresas de servicios del sector). El programa se desarrolló como estaba previsto y todos los participantes, tanto de demanda como de oferta, quedaron muy satisfechos. Turismo Costa del Sol participó en todas las actividades, tanto profesionales, como de networking, haciendo contactos nuevos y recabando información valiosa sobre el estado de unos 15 mercados emisores. Durante las sesiones de trabajo, se realizó una agenda de unas 30 citas con los touroperadores, adaptando la información y diálogo según las características de cada mercado y touroperador. De igual forma, se acordó con IAGTO la posibilidad de ofrecer post tours a la finalización del evento, con el fin de aprovechar al máximo la presencia del grupo de touroperadores en el destino mediante la visita y el conocimiento de los diferentes destinos andaluces especializados en golf. Para el post tour de Costa del Sol se contó con 10 participantes, procedentes de Reino Unido, Alemania, España, EE. UU., Argentina, Hungría e India. Las perspectivas son muy buenas en los mercados emisores tradicionales (Reino Unido, Alemania, Escandinavia) e incluso los touroperadores que habitualmente programan Turquía tienen mayor interés de programar o ampliar su programa

en la Costa del Sol para satisfacer a sus clientes habituales que la están demandando. Se detectan tendencia de crecimiento en mercados emisores emergentes: Rusia, Hungría, Eslovaquia, India, además de mercados más consolidados como Suiza, Italia o República Checa.

18 al 19 de mayo – Circuito Costa del Sol Dirigentes Premium (C.G. Vallromanes, Barcelona).

Turismo Costa del Sol estuvo presente en el torneo celebrado el día 19 de mayo en el Campo de Golf Vallromanes, que forma parte del circuito Costa del Sol Premium, acción consistente en la celebración de dos circuitos de golf de carácter nacional: Costa del Sol Premium 2015 y Costa del Sol Dirigentes Premium 2015. Los circuitos cuentan con 27 torneos de golf, 22 de los cuales son abiertos a cualquier jugador de golf con licencia y mayor de 21 años y 5 pruebas de carácter privado para directivos de empresas, asociados a la revista Dirigentes. El patrocinio de los dos circuitos ha sido negociado y contratado con el grupo Dirigentes que presta su nombre al circuito privado. El público objetivo del circuito Dirigentes es de interés por tratarse de directivos de alto nivel (Presidente, Director General, etc.) de empresas de diversa índole (banca, servicios financieros, tecnología e informática, asesoramiento comercial etc.). En esta ocasión, la convocatoria ha sido mejor que en Madrid, alcanzando casi 60 jugadores. Cabe destacar que la mayoría de los jugadores con los que se tuvo la ocasión de hablar, conocían muy bien el destino Costa del Sol y sus campos de golf, valorando muy positivamente los campos de Marbella. Durante el cóctel se realizó una presentación de la cadena Meliá y el técnico presente por parte de Turismo de Costa del Sol dio unas palabras de bienvenida seguidas de un vídeo promocional del segmento de golf. En el cierre del torneo, durante la entrega de premios, también tuvimos la oportunidad de dar unas palabras para agradecer la asistencia a todos los participantes y recordarles la infraestructura que ofrece Costa del Sol – Costa del Golf.

23 al 29 de mayo – Fam Trip Premiera Tour. Este verano la Línea Aérea Vueling empieza a operar la ruta de San Petersburgo-Málaga, con dos frecuencias semanales durante el verano, lo cual representa una excelente oportunidad para promocionar el destino en este mercado emisor. Durante la participación en la MITT de Moscú, se planteó la posibilidad de organizar un fam trip colaborando: Premiera Tour, Nika Viajes, Vueling, Turismo Andaluz, Ayuntamiento de Málaga y Turismo Costa del Sol. Premiera Tour es una de las empresas que han surgido en San Petersburgo después de la quiebra de Versa el año pasado. Los responsables de Premiera Tour han mantenido la relación comercial con las agencias colaboradoras de Versa y actualmente cuentan con el apoyo de 4.000 agencia minoristas en la zona noroeste de Rusia. España es su principal destino, seguido por Italia, República Checa y Turquía. Vinieron un total de 14 directivos de agencias de viaje de San Petersburgo y alrededores. Los agentes se mostraron positivamente sorprendidos por la gran gama de ofertas complementarias que tiene la provincia de sol y playa, pueblos del interior (Mijas, Ronda), parques de ocio (Bioparc, Cocodrilo Parc, Mariposario), la gastronomía y el shopping. Subrayaron que el programa fue muy bueno, combinando visitas técnicas a hoteles, visitas a ciudades, actividades y tiempo libre. Los participantes preguntaron al principio que por qué no se habían incluido más ciudades principales de Andalucía, como Granada o Sevilla, pero al final dijeron que entendían y veían ahora que la provincia de Málaga tiene tanto que ofrecer que merece la pena visitarla y conocerla a ella sola también.

25 al 28 de mayo – Misiones Comerciales Andalucía en el Norte de España (Zaragoza, Vitoria, San Sebastián y Bilbao). Organizadas por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del

Deporte de Andalucía, S.A., el formato de esta acción es mediante la realización de un encuentro en formato workshop en cada una de las ciudades, con invitación de las agencias de viajes y empresas del sector turístico con los empresarios de Andalucía que se han desplazado con nosotros. Una vez finalizado el trabajo, se ofreció una cena con sabor andaluz amenizada con la actuación de un grupo flamenco para cerrar la velada. En Zaragoza, contamos con más de 120 empresas del sector, mostraron gran interés por nuestro destino y en una gran mayoría no trabajan con Costa del Sol, por lo que hay que incidir en este mercado. En Vitoria, la asistencia fue de 60 empresas y aquí aunque el número fue menor, si tienen más conexión con Costa del Sol y su cliente pide nuestra zona, aunque nuestra oferta complementaria no es demasiado conocida. San Sebastián, el número incremento en 90 agencias, muy conocedores de Costa del Sol, operan directamente con hoteles y si conocen la Costa, nos solicitaron bastantes información sobre Málaga capital y también sobre la Gran Senda, tenían mucho interés en conocer la dinámica para vender este producto. Bilbao, con un número de 87 agencias fue el destino que más nos conocen, también por tener vuelos directos facilita mucho la posibilidad de vacaciones en Costa del Sol más que en cualquier otra provincia de Andalucía. Nuestras empresas quedaron muy satisfechas con los contactos que realizaron y con la posibilidad de negocio futuro.

1 de junio – Presentación Ekip Europa. Con fecha 1 de junio 2015 Turismo Costa del Sol realizó en su sede una presentación sobre el destino y nuestra entidad a estudiantes de turismo de Eslovaquia que viajaron a Andalucía para ver y estudiar el turismo in situ de la mano de Ekip Europa. Acudieron 13 alumnos, seis profesores, así como una acompañante por parte de Ekip. Se les realizó una presentación en inglés acerca de nuestra entidad, su historia, a qué nos dedicamos, nuestra estructura, segmentos y mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística, finalizando con la proyección de un vídeo del destino. Los alumnos se quedaron muy contentos con la presentación como nos confirmó la agencia y de este modo se forma a futuros turistas, además de aprovechar la estancia de ellos para que descubran la provincia. Puesto que los estudiantes son también futuros profesionales del mundo del turismo, esta presentación fue de gran interés para ambas partes. Después de la presentación hicieron una visita peatonal a Málaga ciudad en colaboración con el Ayuntamiento, que es un buen complemento a la presentación.

3 al 5 de junio – Euroal (Torremolinos). La décima edición de Euroal (Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura de América Latina y Europa) ofrece un escenario de encuentro de negocio y convivencia para profesionales del turismo procedentes de todo el mundo pero con un enfoque especial, por su trayectoria, en los mercados sudamericanos. Cada año, se dan cita en el Palacio de Congresos de la Costa del Sol en Torremolinos numerosos profesionales de todos los sectores turísticos, así como representantes de diversos destinos turísticos a través de sus instituciones oficiales y oficinas de turismo, profesionales independientes, estudiantes de turismo y un variado despliegue de medios de comunicación. Entre los objetivos de este evento está el de ofrecer un escaparate de negocios de toda la oferta turística internacional y crear un puente entre sus culturas así como que la actividad profesional se complemente con una amplia variedad de actividades culturales: historia, folklore, gastronomía, muestras de artesanía, visitas a lugares emblemáticos, eventos sociales, concursos, viajes. El Workshop/Ronda de Negocios es la actividad estrella de Euroal configurándose como una oportunidad para emprender nuevos contactos y alianzas comerciales con operadores

emisores de diversos países. Además, tienen lugar presentaciones de destinos y productos turísticos, cursos de formación, conferencias y mesas redondas. Este año hubo más expositores que en ediciones anteriores y se hizo una selección detallada de los compradores invitados al workshop para garantizar una gran calidad de los mismos para el décimo aniversario de la feria.

6 al 9 de junio – Fam Trip Post Tour Euroal. Entre los objetivos de la décima edición de Euroal es el de ofrecer un escaparate de negocios de toda la oferta turística internacional y crear un puente entre sus culturas así que la actividad profesional se complementa con una amplia variedad de actividades culturales: historia, folclore, gastronomía, muestras de artesanía, visitar a lugares emblemáticos, eventos sociales, concursos, viajes. La participación de Turismo Costa del Sol ha consistido en la confección, gestión y contratación del programa para el post tour para los profesionales invitados, ofreciendo un programa atractivo y diferenciador que no coincide con el programa de años anteriores y muestra las facetas menos conocidas del destino. El grupo de profesionales ha estado compuesto por 16 agentes de viajes y touroperadores de distintos países del mundo. El grupo quedó encantado y muy agradecido por el programa confeccionado. Todos coincidieron que han conocido aspectos de la Costa del Sol que ni sospechaban que podían existir y que han aprendido, saboreado y disfrutado mucho de esta experiencia. Al ser un grupo bastante variado en cuanto a países de procedencia (Lituania, Georgia, EE.UU., Argentina, España, Azerbaiyán, Rusia, Italia, Dinamarca y Reino Unido), las visitas y cualquier tipo de comunicación con el grupo tenía que ser en dos idiomas (español e inglés), lo que ha ralentizado bastante las visitas. Pero lo importante es que en general, han tenido bastante paciencia y han colaborado para que el fam trip resultara un éxito.

7 de junio – V Torneo Marbella Luxury Weekend. Turismo Costa del Sol participó en el V Torneo Marbella Luxury Weekend By Sunglass Hut que este año fue acogido por el reconocido campo de golf Rio Real Golf & Hotel de Marbella. Este torneo viene recogido dentro de las actividades que Puerto Banús realiza como cada año al ser centro de la exclusividad del sur de Europa y que se desarrolla entre el 4 y 7 de junio, durante la celebración de la quinta edición del Marbella Luxury Weekend, un evento ya consagrado y cita imprescindible antes del verano para los amantes de las primeras marcas. Moda, alta joyería, motor, gastronomía... y un largo etcétera han sido los protagonistas durante los cuatro días en los que se concentra esta iniciativa, proyectada por el Ayuntamiento de Marbella y las grandes firmas de élite que se encuentran ubicadas en la ciudad y que en estrecha colaboración ofrecen una de los lugares más exclusivos de compras a nivel internacional. La jornada de golf fue todo un éxito y todos los participantes disfrutaron de una mañana espectacular donde grandes firmas ofrecieron regalos a los participantes además de una carpa de avituallamiento en la que se pudo disfrutar de ricos manjares. La entrega de premios se realizó en Puerto Banús a las 18.30 horas y con la culminación del evento y como es tradición se cerró con el desfile de las firmas de moda más exclusivas y que han estado presentes durante los 4 días que ha durado esta concentración de lujo y exclusividad, donde los Porsche y Ferrari no faltaron.

7 al 8 de junio – Torneo de Golf “Andalucía en Verano (Córdoba). Turismo Málaga Costa del Sol asistió al 3º torneo de golf “Andalucía en Verano 2015”, organizado por la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, la empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía, entre campos de golf de la región y prensa especializada y personalidades relacionadas con el mundo del golf a nivel nacional. “Andalucía en Verano 2015”, se celebra por tercer año con la finalidad de intensificar la promoción de la comunidad andaluza como

destino líder del segmento de golf en el ámbito nacional y europeo. Se preparó un intenso programa para fomentar las relaciones de networking entre todos los asistentes. El Parador de Córdoba fue quien acogió a todo el grupo y donde se realizó un cóctel de bienvenida para disfrutar de la noche cordobesa y dar los últimos detalles para el torneo del día siguiente. El torneo, que se desarrolló en el Club de Campo de Córdoba, ubicado en Obejo a 15 minutos del centro de la ciudad, reunió a empresarios relacionados con esta industria, campos andaluces, agentes especializados, profesionales, medios de comunicación y diversas personalidades y prescriptores. La jornada de familiarización con el sector del golf de toda Andalucía fue un éxito. Una vez más se dio a conocer a los medios de comunicación la labor promocional que se viene desarrollando desde Turismo Costa del Sol en el segmento golf. Junto con los empresarios se unificaron criterios para la promoción del destino a través de los medios de comunicación.

8 al 15 de junio – Congreso Itaka Polonia (Costa del Sol-Málaga). Entre los días 8 y 15 de junio el touroperador ITAKA (el principal y mayor en la industria turística polaca) celebró en la Costa del Sol su congreso anual 2015, contando con la colaboración de Turespaña, por medio de la Oficina Española en Varsovia, y Turismo Andaluz. Con motivo de la celebración del congreso, se celebró la presentación del catálogo de invierno a 157 agentes de viaje. ITAKA es el único touroperador que programa Costa del Sol en la temporada de invierno, potenciando el segmento senior proyectando que lleguen más de 100 personas a la semana en circuitos, siendo su predicción para el invierno 14/15 30% esquí, 50% costa y 20% circuitos. El programa de siete jornadas, incluyó dos jornadas de trabajo en el Hotel Sol Príncipe (alojamiento que ha acogido a este congreso), excursiones a Málaga, Nerja y Axarquía, Granada y Ronda. Toda la logística ha estado gestionada por su receptor en Costa del Sol, Viajes Flandria. Por parte de Turismo y Planificación Costa del Sol, hemos asistido tanto a la Welcome Dinner, como a la Beach Party así como a la Gala Dinner, además de llevar a cabo una presentación sobre toda la oferta vacacional y de ocio en la provincia de Málaga a más de 150 agentes de viaje en la tarde del martes 9 de junio. Polonia es uno de los mercados europeos en los que menos ha repercutido la crisis económica, siendo una de las economías más estables debido a sus consolidadas líneas de exportación a fuertes economías como Alemania y a su baja tasa de desempleo. Especialmente, ha sido uno de los principales mercados en crecer en nuestro destino en lo que llevamos de 2015, ya que los hoteles de la provincia han registrado un 31% más de visitantes polacos (8.821 entre enero y abril de 2015 por los 6.699 del mismo periodo de 2014), incremento que espera consolidarse con motivo de la inclusión de la oferta en invierno y las buenas expectativas transmitidas por ITAKA hacia Costa del Sol.

8 al 13 de junio – Semana de Andalucía en París. Acción organizada por Turismo Andaluz con el fin de difundir la oferta turística de la Comunidad y dar contenido al recinto que se instaló en las inmediaciones de la Torre Eiffel (la ubicación exacta fue Mail Brandly). En esta acción participaron todos los Patronatos de Turismo de Andalucía. La escenificación consistió en el montaje de un pueblo dedicado a promover Andalucía a través de varias temáticas: turismo con la representación de las ocho provincias andaluzas con puntos de información, Gastronomía con talleres: cata de productos típicos, organización de clases de cocina...; arte: organización de talleres para realizar abanicos, flores, etc. y show de bailes el lunes y el martes por la tarde; tradición: clase de bailes típicos (sevillanas) dos veces al día. El horario de esta acción transcurrió de 12.00 a 22.00 horas. El evento fue muy positivo y se logró el objetivo deseado, promover Andalucía en París. Los diferentes talleres (arte y baile sobre todo), así

como los espectáculos del lunes y el martes gustaron mucho al público y atrajeron a gran número de visitantes. La información y el material promocional de la Costa del Sol fueron distribuidos casi en su totalidad, siendo los stands de la Costa del Sol y Sevilla los más frecuentados. Por el stand de la Costa del Sol pasaron alrededor de 350 visitantes.

11 al 13 de junio – Semana de Andalucía en Madrid. Turismo Costa del Sol participó junto al resto de Patronatos de Andalucía en la acción denominada “Andalucía en Madrid”, organizada por la empresa pública Turismo Andaluz con el fin de dar a conocer la oferta andaluza. La acción se desarrolló en la céntrica Plaza de Santa Ana desde el jueves 11 hasta el sábado 13 de junio con el siguiente horario: jueves y viernes de 16.00 a 22.00 horas y sábado de 11.00 a 14.00 y de 16.00 a 22.00 horas. Esta actividad estaba dirigida a mostrar el destino Costa del Sol Málaga a nuestros potenciales clientes procedentes de Madrid, desarrollándose en un espacio público con un importante tránsito de personas. Como elementos de promoción, la acción contó con una furgoneta vintage convertible en espacio expositivo que compartimos con el Patronato de Sevilla. Durante las horas de desarrollo de la actividad y paralelamente fuimos acompañados de varias actividades de dinamización durante todo el tiempo de exposición. Se organizó una gincana de preguntas sobre los diferentes destinos de Andalucía con premios para los participantes ganadores, que tuvo una importante participación de viandantes. Durante los tres días en que se desarrolló la acción, en una pantalla gigante instalada en la plaza se proyectaron vídeos de cada una de las ocho provincias de nuestra Comunidad Autónoma. Asimismo, cada día de los que duró la acción promocional se montó un espectáculo flamenco, que atrajo la atención de muchos transeúntes de la zona. Durante las tres jornadas atendimos a más de 200 personas a las que, además de darle información verbal concreta sobre lo que demandaban, les facilitamos folletos, especialmente planos de sus centros de interés. Asimismo, se les aconsejó que visitaran nuestra página web en la que podrán encontrar información muy detallada y completa de los elementos fundamentales de nuestro destino y sus segmentos. La acción habría que valorarla como positiva ya que el público que se acercaba mostraba un buen interés por nuestro destino y cada uno de sus segmentos y nos solicitaban información sobre asuntos puntuales que podían influir en su elección de los lugares de nuestra provincia como destino vacacional para este verano

12 al 14 de junio – Fam Trip Challenge Air Europa. Continuando con la colaboración mantenida con Air Europa y la OET de París, iniciada en 2009, volvimos a poner en marcha una campaña que se realiza por octavo año consecutivo que cuenta con varias acciones llevadas a cabo a través de la intranet de Air Europa que tiene interfaz con las distintas redes de agencias de viaje. El Challenge es un juego concurso destinado a los agentes de viaje, que se juega durante un mes en la página profesional de la compañía Air Europa, www.espacepro-aireuropa.fr. Esta página es la que consultan los agentes de viaje cuando tienen que hacer las reservas de billetes de avión. Para cada Challenge se realiza un pequeño video sobre la región o ciudad que se quiere promocionar. Los agentes de viaje se inscriben en el concurso y contestan a las preguntas sobre ese destino concreto y sobre la compañía aérea (formación sobre el destino y la compañía). Entre los agentes que contestaron correctamente se seleccionaron 8 que realizaron un fam trip al destino español promocionado. El grupo viajó acompañado por una persona del departamento comercial de Air Europa y otra de la OET. Repercusión en la prensa profesional: antes del Challenge se comunica a la prensa profesional el lanzamiento del juego para que los agentes participen y durante el fam trip siempre se intenta que acompañen periodistas de la prensa profesional para que hagan un reportaje sobre el fam trip y el destino.

Los asistentes valoraron muy positivamente la experiencia ya que no eran conscientes de la gran oferta complementaria al sol y playa y que se podían hacer y vender experiencias durante todo el año para todas las edades. No sólo estaban sorprendidos por los hoteles visitados y renovados, sino también por el buen ambiente y el carácter auténtico que mantiene la provincia a pesar de ser uno de los principales destinos turísticos de Europa.

14 al 17 de junio – IAGTO NAC (Palm Springs, EE. UU.). IAGTO, creado en 1997, representa, a nivel mundial, la industria turística de golf. Cuenta con 2.390 socios (touroperadores de golf, golf resorts, hoteles, campos de golf, agencias receptoras, líneas aéreas, oficinas de turismo, medios y otros servicios relacionados con el turismo de golf), procedentes de 99 países. El núcleo de su red de socios son los 592 touroperadores de golf, establecidos en 62 países y se estima que éstos controlan más del 85% de paquetes de golf vendidos a nivel mundial, con una facturación por encima de 2 billones de euros. Este año se celebró la séptima edición en la que participaron más de 100 touroperadores de golf, de los cuales un 25% procedían de EE. UU. y Canadá, y los demás de más de 20 países del resto del mundo. Por parte de la oferta, participaron resorts de golf, campos de golf, agencias receptoras y otros proveedores de servicios de golf, sobre todo procedentes de EE. UU., Canadá, México y el Caribe. El formato de la convención contempla dos jornadas de trabajo con una agenda de 36 reuniones con 15 minutos de duración, además de una sesión de speed-dating donde la oferta tiene la posibilidad de entrar en contacto con los touroperadores sin tener cita concertada. Previo a las sesiones de trabajo, IAGTO ofreció un briefing sobre el mercado norteamericano. Como importante complemento a las sesiones de trabajo, hubo una serie de actividades sociales que fomentan la relación con los touroperadores de golf e incluyen una recepción de bienvenida, un diner-around en Palm Springs, cena de gala y torneo de golf. Aunque este evento tiene un enfoque sobre todo en la oferta y demanda de los destinos americanos, tanto Turismo Andaluz, como el representante en España de IAGTO y los propios touroperadores han recomendado la presencia de Andalucía y Costa del Sol. A nivel mundial el turismo de golf ha experimentado incrementos importantes de volumen de negocio en los últimos años: 2012 con + 9.3%; 2013 con +11.1%; 2014 con +8.9%. En 2015 se calcula un incremento de +9.2% y en el primer cuarto del año 2015 hubo un incremento del +7%.

16 al 18 de junio – Circuito Costa del Sol Dirigentes Premium (Bilbao). La cuarta prueba del Circuito Costa del Sol Dirigentes Premium 2015, se celebró el pasado día 18 de junio en la Real Sociedad de Golf de Neguri en Guecho. Por su formato, esta prueba exclusiva y privada que el circuito ofrece sólo para dirigentes empresariales da lugar a fomentar el networking entre los asistentes. La noche previa se celebró una cena-cóctel en el lujoso hotel Meliá Bilbao, donde se les presentó a los asistentes la alianza existente entre el Grupo Dirigentes, Gambito Golf y Turismo Costa del Sol, se dieron palabras de bienvenida y tuvimos la oportunidad de informar a todos los presentes de las bondades de nuestro destino. La Costa del Sol es sinónimo de la "Costa del Golf", debido a la cantidad de campos de todo tipo y "para todos los bolsillos" de los que goza este enclave turístico además de la facilidad de vuelos directos principalmente en los meses estivales. Como es habitual en cada uno de los torneos, los jugadores disfrutaron de la clásica carpa de avituallamiento de Gambito Golf a mitad de recorrido y al finalizar la competición tuvieron un almuerzo en uno de los salones de la Casa Club. Posteriormente se pasó a la entrega de premios y al gran sorteo de regalos. Además, para los todavía no iniciados en el mundo del golf, se les ofreció la posibilidad de asistir a un clinic con un profesional. El público objetivo del circuito Dirigentes es de interés por tratarse de directivos de alto nivel

(Presidente, Director General, etc.) de empresas de diversa índole (banca, servicios financieros, tecnología e informática, asesoramiento comercial etc.). También es de interés la relación con los demás copatrocinadores que están vinculados con sectores diversos como son equipamiento de golf, cadenas hoteleras, prensa, etc.

25 al 27 de junio – Semana de Andalucía en Bilbao. Turismo Costa del Sol ha participado junto al resto de Patronatos de Turismo andaluces en la acción denominada “Andalucía en Bilbao” organizada por la Consejería de Turismo y Comercio, a través de la empresa pública Turismo Andaluz, para dar a conocer la oferta de Andalucía. La actividad iba dirigida a mostrar el destino Málaga Costa del Sol a nuestros potenciales clientes de Bilbao, desarrollándola en un espacio público con un importante tránsito de personas. Como elementos de promoción, la acción contó con una furgoneta vintage convertible en espacio de expositivo compartida con el Patronato de Sevilla. Durante las horas de desarrollo de la actividad y paralelamente fuimos acompañados de varias actividades de dinamización durante todo el tiempo de exposición. Se organizó una gincana de preguntas sobre los diferentes destinos de Andalucía con premios para los participantes ganadores, que tuvo una importante participación de viandantes. Durante los tres días en que se desarrolló la acción, en una pantalla gigante instalada en la plaza se proyectaron vídeos de cada una de las ocho provincias de nuestra Comunidad Autónoma. Así mismo, cada día de los que duró la acción promocional se montó un espectáculo flamenco, que atrajo la atención de muchos transeúntes de la zona. Durante las tres jornadas atendimos a más de doscientas personas a las que, además de darles la información verbal concreta sobre lo que nos demandaban, se les facilitó folletos, especialmente planos de sus centros de interés. Asimismo, se les aconsejó su visita a nuestra web en la que podrían encontrar una información muy detallada y completa de los elementos fundamentales de nuestro destino y sus segmentos. La acción habría que valorarla como positiva, ya que el público que se acercaba mostraba un buen interés por nuestro destino y cada uno de sus segmentos y nos solicitaba información sobre asuntos puntuales que podían influir en su elección de los lugares de nuestra provincia como destino vacacional para este inminente verano.

**CULTURAL, CRUCEROS, IDIOMÁTICO,
CITY BREAKS & ENOGASTRONOMÍA**

3 de mayo – Workshop Abu Dhabi. El pasado 3 de mayo, por iniciativa del Plan de Acción Cultural 2015, Turismo y Planificación Costa del Sol ha celebrado en colaboración con Turismo Andaluz y Turkish Airlines, un workshop entre empresas de la provincia de Málaga y compradores locales, en la ciudad de Abu Dhabi, paralelamente a la celebración de la feria ATM. El evento se celebró en las instalaciones del Hotel Grand Millennium Al Wahda, en horario de 18:30 a 22:00 horas, entre unas 16 empresas de Andalucía y cerca de 40 agentes de viaje con base en Abu Dhabi. El evento se ha estructurado en sesión de workshop de 18:30 a 20:30, y cena más espectáculo flamenco de 20:45 a 22:00 horas. Al workshop asistió tanto el GM de Turkish Airlines en Abu Dhabi, Mehmet Akalin, como el GM Turkish Airlines en Málaga, Halid Koca, quienes presentaron el evento a los asistentes.

11 al 17 de mayo – Fam Trip YTP. Mainly Spain junto con Young Travel Professionals en colaboración con Turismo Andaluz, el Ayuntamiento de Málaga, y Turismo Costa del Sol organizó un viaje de familiarización para dar a conocer el producto cultural andaluz a jóvenes

profesionales de la industria. El Fam Trip incluyó visitas a Málaga, Sevilla, Córdoba y Granada. Vinieron un total de 6 agentes y directivos, así como la acompañante del grupo por parte de Mainly Spain. Los participantes eran todos jóvenes profesionales de EE. UU. y Canadá. Al tener ideas innovadoras y muchas ganas de crear nuevos itinerarios, experiencias y paquetes para sus clientes, se mostraron muy interesados por las explicaciones y visitas que hicimos. Las agencias presentes estaban todas adaptadas al segmento y les gustó mucho el programa en la provincia de Málaga. Entre los que estuvieron más interesados, estuvo una agencia que organiza viajes culturales en bicicleta y una que organiza viajes de enoturismo. Para los clientes de EE. UU. la opción de combinar Málaga con otro destino con el AVE, o como destino base para descubrir Andalucía es una buena solución, ya que tienen un viaje largo y costoso y quieren aprovecharlo al máximo, combinando el buen tiempo, relax y playa con visitas culturales e históricas.

16 al 17 de mayo – Fam Trip VIP’s China. Turismo Costa del Sol colaboró en un fam trip con 9 presidentes de compañías de viaje VIP procedentes de China. Dicho viaje de familiarización estuvo organizado por la Consejería de Turismo en China y Turismo Andaluz. El programa ofrecido en nuestro destino incluyó visitas a la Alcazaba, Teatro Romano, Catedral, Casa Natal y Museo Picasso, visita guiada a Ronda donde visitaron y almorzaron en una bodega para finalizar su recorrido en Marbella y Puerto Banús. Este fam trip ha resultado todo un éxito. La mayoría no conocía nuestro destino, tan sólo Madrid o Barcelona, y sus impresiones han sido muy positivas. Tenían un concepto muy generalizado de la Costa del Sol, ya que pensaban que sólo ofrecía sol y playa, pero al conocer más a fondo la oferta, reconocen que es el lugar perfecto para disfrutar de unas vacaciones e incluso para celebrar un congreso o incentivo. El visitante procedente de China tiende a gastarse en compras el 70% del presupuesto del viaje y en España se gasta una media de 924 euros, alzándose como el turista más rentable. Según recoge el estudio, ocho de cada diez chinos reconocen abiertamente que su actividad preferida cuando viajan no es visitar monumentos o museos, sino ir de compras. En este sentido, Barcelona es la ciudad predilecta por los turistas para desembolsar su dinero en ropa, ya que concentra el 46% del gasto en esta partida. Le sigue Madrid, con un 35% del total y en tercera posición se sitúa Málaga, que concentra el 8% del total del gasto en turismo de compras.

19 de mayo – Fam Trip Terramar. Una de las agencias receptoras más importantes de la Costa del Sol para el mercado ruso, Terramar, organizó un viaje de familiarización con agentes del mercado del este. Participaron un total de 8 agentes y un guía perteneciente a Terramar. El grupo visitó las principales ciudades de Andalucía, estando alojado en la Costa del Sol en el hotel Meliá Marbella Banús. Turismo Costa del Sol colaboró con una presentación técnica del destino que se hizo en inglés, seguida de una visita de inspección al hotel y una cena en Puerto Banús. Esta presentación les permitió conocer mejor el destino, ya que no pueden visitar todo, y ampliamos la información durante la visita peatonal a Puerto Banús así como durante la cena en el Gran Gatsby. El puerto deportivo les impresionó por los yates, las tiendas, y también el ambiente por la noche. La mayoría de los asistentes ya están vendiendo la Costa del Sol y tienen previsto ampliar las ventas, puesto que ahora conocen el destino y han visto la gran calidad del mismo.

21 de mayo – Fam Trip Estudiantes Malaca Instituto. Como viene siendo habitual todos los años, hemos realizado en nuestra sede una presentación sobre nuestra empresa y el destino a un grupo de 31 estudiantes de Malaca Instituto procedentes de la Universidad de Dayton en

Estados Unidos. Durante su estancia de tres semanas en la provincia, tenían previsto realizar diversas actividades y visitas y, entre ellas, tenían interés en recibir información sobre nuestro destino de la mano de Turismo y Planificación Costa del Sol. Se les realizó una presentación muy completa con información sobre nuestro organismo, su historia, a qué nos dedicamos, nuestra estructura, segmentos y mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística, finalizando con la proyección de un vídeo del destino. Además, se les hizo entrega de material promocional de la provincia.

23 al 30 de mayo – Jornadas Profesionales Turespaña Japón y Corea (Osaka, Tokio y Seúl).

Estas jornadas han sido gestionadas por la Oficina Española de Turismo en Tokio que coordinó cada una de las jornadas celebradas los días 22, 23 y 25 de mayo en las ciudades de Osaka, Tokio y Seúl. Cada una de las tres jornadas contó con un formato similar, en horario de 17:00 a 21:00 horas. Durante las 2 primeras horas se desarrolló un workshop en el que las empresas españolas presentaban su oferta a los agentes de viaje presentes; durante la segunda parte, aproximadamente de 19:00 a 21:00 se ofreció una cena buffet durante la cual se facilitó el networking de nuevo con los presentes. La convocatoria en cada una de las ciudades ha superado los 100 asistentes. En la ciudad de Osaka se desarrolló en el Hotel Hilton Osaka, en Tokio, en el Hotel Akura y en Seúl en el Hotel Lotte. Mercados lejanos, turistas con capacidad de gasto medio por encima de la media (entre 1.800€-2.000€), y estancias en torno a 7 días, principalmente con interés cultural. Japón más especializado en circuitos culturales (60% tour operación), Corea el turismo individual alcanza casi el 50%, siendo bastante popular además vacaciones para recién casados. España está en mero proceso de consolidación entre los turistas japoneses y coreanos dentro de las opciones europeas, de hecho ambas cifras son superiores en volumen a las llegadas vs 2014, destacando las procedentes de Corea. Inexistentes conexiones aéreas, donde únicamente existe un vuelo operado a Seúl-Madrid por Korean Airlines. Iberia está en conversaciones para iniciar rutas desde Japón (al menos Tokio) hacia Madrid para el segundo semestre 2016. Se han llevado encuentros con las agencias de mayor importancia (Hankyu, JTB, MIKI Tourist, Kuoni, Nikko Travel, Travel Shops) con quienes se realizará seguimiento con el fin de concretar desarrollo de acciones inversas o marketing conjunto hacia nuestro destino.

31 de mayo al 2 de junio – Fam Trip Touroperadores/Agentes Singapur.

El destino Málaga-Costa del Sol acogió un fam trip por Andalucía con 10 TTOO/agencias de Singapur organizado por la Oficina Española de Turismo en Singapur, en colaboración con Turismo y Deporte de Andalucía, Turkish Airlines y los diversos Patronatos Provinciales de Turismo. Colaboramos con el diseño, gestión, patrocinio y acompañamiento del programa en la provincia de Málaga. Se estima que en torno a 6 millones de habitantes de Singapur viajan por vía aérea cada año. Este país se sitúa como el cuarto mayor centro financiero del mundo después de Londres, Nueva York y Hong Kong, según el último informe de coyuntura publicado por Turespaña. El colectivo más numeroso de personas que viajan tiene entre 25 y 45 años, un cierto nivel de poder adquisitivo y normalmente su perfil se corresponde con asalariados que tienen derecho mínimo de siete días de vacaciones anuales. Los de mayor ingreso disponible pueden permitirse viajar a dos destinos de larga distancia en Europa y los Estados Unidos dos veces al año. Buena calidad de compradores. Algunos conocían España aunque ninguno Costa del Sol. Varios de ellos traen ya de hace bastante tiempo clientes a Andalucía y Marbella, mientras que otros que no nos conocían han demostrado gran interés por promocionar el destino entre sus

clientes.

6 al 10 de junio – Jornadas Profesionales Irán y Qatar (Teherán y Doha). Dando cumplimiento a nuestro Plan de Acción 2015 hemos llevado a cabo unos encuentros b2b en formato workshop y presentaciones del destino Málaga Costa del Sol en Teherán y Doha con la colaboración de Turkish Airlines. Las Jornadas Profesionales iniciales incluían una presentación en Kuwait que tuvo que cancelarse finalmente por no coincidir en los criterios de organización con Turkish Airlines en Kuwait. Era la primera vez que explorábamos el mercado de Teherán, un mercado que ofrece muchas oportunidades de negocio para el destino Costa del Sol. Hospitalidad, clima y educación (formación y aprendizaje del español-summer camps) son los aspectos más valorados del destino Costa del Sol (especialmente la marca Marbella) que goza de una buena imagen y reputación junto con las ciudades de Madrid, Barcelona y Sevilla. Con respecto a Teherán, Turismo Costa del Sol ha realizado por primera vez una inmersión en este mercado promocionando y comercializando los productos de Living Costa del Sol, salud y bienestar, shopping, lujo, vacaciones en familia (hoteles de 4 y 5 estrellas) y learn spanish. A título interno, destacar que a los iraníes les encanta España, nuestra forma de vida y nuestra hospitalidad. No suelen consumir producto halal y consumen vino. Con respecto a Qatar, destacar que la promoción y comercialización está dirigida a productos relacionados con elite, rutas Al-Andalus, vacaciones en familia, shopping y gastronomía. En esta ocasión nos han acompañado dos DMC's miembros del Foro del Turismo de la Costa del Sol. En Qatar contamos con la presencia del Embajador, D. Ignacio Guerrero, quien realizó una magnífica introducción al destino Málaga Costa del Sol. Debemos mantener este tipo de acciones en mercados Middle East de la mano de Turkish Airlines (bien posicionados como hub para Middle East). Valorar otros periodos para la promoción de cara a buscar nuevas oportunidades para romper la estacionalidad (enero/febrero). Trabajar con el Ministerio de Asuntos Exteriores y/o Consulado en Irán en la búsqueda de opciones/alternativas para mejorar la gestión de los visados. Destacar la reunión que mantuvimos en la sede de la agencia Sahel e Aftab. Conocen bien el destino Costa del Sol, venden vacaciones y turismo residencial. Acordamos con el director de la agencia, el Sr. Mohammad Mohammadi, contactar con el Ministerio de Asuntos Exteriores en España y el Cónsul en Teherán para solicitar más colaboración en el asunto de la gestión y emisión de los visados. Llevaremos a cabo un detallado seguimiento en este sentido.

11 de junio – Fam Trip Agentes de Viaje y Touroperadores Indonesia. Siguiendo el plan de acción de 2015, hemos participado colaborando en un viaje de familiarización organizado por la OET de Singapur con la colaboración de Turismo Andaluz, Turismo Costa del Sol y Turkish Airlines. En este caso ha consistido en un fam trip de agencias de viajes y touroperadores procedentes de Indonesia, con un total de 10 participantes. En el programa del 7 al 12 de junio, se incluyó visitas a ciudades dentro de la ruta del Califato, como Valencia, Lucena, Córdoba, Granada y finalmente Málaga. Durante su estancia en Málaga, pudieron conocer el centro histórico de la ciudad, visitando los principales monumentos, museos y zonas de ocio. Las conclusiones han sido muy positivas con respecto a nuestro destino. Después de un viaje bastante cargado de experiencias y variedad de ciudades visitadas, según las impresiones generales, quedaron realmente sorprendidos del gran atractivo que Málaga tiene para los visitantes procedentes de Indonesia. No obstante, también hay una serie de requisitos o preferencias de este tipo de viajero que se podría tener en cuenta, no sólo a nivel de futuros fam trips sino también para cualquier cliente final. A continuación se indica los puntos más importantes que destacaron: comida halal, rezos, shopping, idioma, wifi y redes sociales,

turismo de cruceros.

16 al 19 de junio – Fam Trip GTI Irlanda. Junto con la Oficina Española de Turismo de Irlanda y Turismo Andaluz organizamos un fam trip de GTI, agentes especializados que acompañan a grupos escolares, culturales, académicos. España tiene una cuota de mercado del 15%. Fue una visita de inspección con un enfoque cultural. En el programa se incluyeron visitas a parques de atracciones, a hoteles, ciudades como Málaga, Ronda y Marbella, visitas a escuelas de español y museos. Vinieron un total de 33 agentes y profesores de español. Los agentes se mostraron positivamente sorprendidos por la gran gama de ofertas complementarias que tiene la provincia al Sol y Playa, como los pueblos del interior (Ronda), los parques que visitamos (Selwo Marina, Tivoli), la gastronomía y el shopping. Subrayaron que el programa fue muy bueno, combinando visitas técnicas a hoteles, visitas a ciudades, actividades y tiempo libre. Cabe destacar que los profesores de español tenían mucho interés en visitar escuelas de español para extranjeros en la provincia y fueron a ver escuelas en Málaga capital de modo paralelo al programa previsto. Al no haber conocido Málaga ciudad, o no haberla visitado en muchos años, la ciudad impresionó a los asistentes por su centro peatonal, los museos y también la limpieza y cercanía al mar.

CONVENTION BUREAU & ÉLITE

4 al 7 de mayo – ATM (Dubai). Entre los días 4 y 7 de mayo Turismo y Planificación Costa del Sol ha participado en la feria ATM (Arabian Travel Market) celebrada en Dubai como parte del Plan de Acción Elite 2015. Paralelamente a esta feria, se ha llevado a cabo por convocatoria de Turespaña participación en la DNATA TRAVEL MARKET, evento desarrollado en las instalaciones del Hotel Meydan durante la jornada del viernes 8, en horario de 15:00 a 20:00 horas, que consistió en formación a más de 200 vendedores de mostrador para trabajadores del touroperador, en el que participamos con una mesa de trabajo. Se prevé crecimiento del mercado oriente medio durante este 2015, debido principalmente a los siguientes factores: El pasado 6 de mayo, la UE aprobó la NO EXIGENCIA DE VISADO para turistas de nacionalidad EAU, en períodos de corta duración, máximo 90 días. Y viceversa, para ciudadanos de la UE que viajen a EAU. Crecimiento del poder adquisitivo de estos mercados debido a la devaluación del euro respecto al AED, lo que repercutirá en el gasto medio por turista en nuestro país 1.875€, cuando la media del turista internacional en España es de 974€. Su gasto medio diario por persona es de 303€ frente a la media general de 110€. Su estancia media es de 6,2 días. Posicionamiento de la marca España, ya que un 37% de los residentes EAU les gustaría visitar España en sus próximas vacaciones, ocupando la sexta posición (23%) del top 15 destinos Europeos. Mejora conexiones a España, ofreciendo 2 conexiones directas a Madrid (1 vuelo diario operado por Emirates y 4 frecuencias semanales por Etihad) así como 2 frecuencias diarias a Barcelona operadas por Emirates (1 regular durante todo el año más una segunda frecuencia diaria a partir del pasado 2 de mayo). Fechas favorables Ramadán 2015, del 18 junio al 17 julio, lo que permitirá una temporada veraniega más prolongada desde finales de julio a septiembre.

5 al 8 de mayo –Travelweek (Sao Paulo). Se trata de un encuentro especializado en el segmento de turismo de lujo y compras en el que se mantienen encuentros directos con intermediarios, agentes y compradores del mercado latinoamericano. Este evento, de carácter exclusivamente profesional, se dirige a la generación de contactos comerciales entre

proveedores y destinos que cuentan con una importante oferta dirigida a clientes de elevado poder adquisitivo y que demandan productos turísticos de alto nivel. La Travelweek ha resultado un éxito este año con más de 80 citas. En principio teníamos un total de 62 visitas previstas, aunque finalmente hemos recibido en nuestro stand a más de 80. El interés mostrado por nuestro destino, ha sido bastante alto, en comparación con el año anterior. Se ha notado un mayor conocimiento de Andalucía y la Costa del Sol, especialmente para el segmento de lujo, donde el destino preferido para descansar de las vacaciones en España, es Marbella y la Costa del Sol. En cuanto a los datos del mercado, según información aportada por la Oficina Española de Turismo en Sao Paulo, el mercado brasileño está creciendo y tiene una coyuntura favorable. El cliente potencial para nuestro destino es de nivel adquisitivo alto o muy alto que suele viajar durante todo el año, lo que favorece a la desestacionalización. Los motivos principales para viajar son la cultura, turismo de experiencias, turismo de ciudad, enogastronomía, incentivos, compras y diversificación de producto. Tienen un gasto medio superior a la media ya que se suelen alojar en hoteles de 5*, con una estancia media de 9,7 noches y aprovechan para conocer la oferta gastronómica y de ocio del destino. En cuanto al potencial de este mercado para este destino es bastante alto, ya que la mayoría de estos viajeros ya conocen los destinos más populares en España, como son Barcelona y Madrid, y posteriormente quieren conocer Andalucía por su cultura, gastronomía, compras, y en general por la gran diversidad de experiencias que ofrece.

18 al 21 de mayo – IMEX (Frankfurt). Décimo-tercera edición de la Feria de Turismo de Reuniones IMEX (Feria Mundial para Viajes de Reuniones e Incentivos). Han participado más de 3.500 expositores de más de 150 países. IMEX está enfocada únicamente al turismo de reuniones e incentivos y va dirigida a todos los mercados internacionales contando con la presencia de compradores de todo el mundo. Se trata de la feria de turismo de reuniones más grande e importante junto con la EIBTM de Barcelona. Se trata de una de las ferias especializadas que mejor está funcionando hasta la fecha teniendo en cuenta la difícil situación mundial, la aparición de nuevos destinos competidores y el declive de las ferias como herramienta de promoción. La afluencia de compradores profesionales ha sido inferior a la de años anteriores, con clientes procedentes de China, Alemania, Bélgica, Polonia, Brasil, Argentina, Holanda, India, Rusia, España y Estados Unidos, principalmente. Durante la celebración de la feria tuvimos además la oportunidad de reunirnos con diversos colaboradores de Reino Unido, Rusia y Alemania, así como asistir a la conferencia de prensa organizada por la Oficina Española de Turismo en Frankfurt, en la que se presentaron las últimas cifras y tendencias del segmento de reuniones e incentivos de 2014. El 19 de mayo se participó además en la Noche de España, evento organizado por la Oficina Española de Turismo en Frankfurt y Meliá Hotels International con la colaboración de Turismo de Valencia así como Turismo y Deporte de Andalucía. A este acto asistieron tanto expositores españoles como compradores internacionales. Aunque el número de citas ha sido inferior a años anteriores (además de haberse producido varios no shows), la impresión general de los empresarios asistentes ha sido buena en cuanto a las reuniones mantenidas y la calidad de los clientes, por lo que el balance de nuestra asistencia es positivo.

25 al 29 de mayo – Misiones Comerciales Escandinavia (Helsinki y Copenhague). Dentro de nuestro plan de acción participamos en unas Misiones Comerciales en Escandinavia, enfocadas al segmento MICE. Estas misiones han sido organizadas por la Cámara de Comercio con la colaboración de las OETs de Helsinki y Copenhague. La idea es que la Cámara organice las

agendas de citas para empresarios y nosotros ofrecimos presentación y desayuno o almuerzo de trabajo en las dos ciudades convocando a agencias especializadas en segmento MICE con ayuda de las respectivas OETs. En esta misión comercial hemos participado en compañía de empresarios de la Costa del Sol, 6 hoteles y 2 DMCs. El resultado de estas Misiones Comerciales ha sido muy positivo tanto en Helsinki como en Copenhague. En Helsinki tuvimos reunión con Air Berlin, que tienen bastante interés en realizar fam o press trips, ya sea con sus conexiones vía Alemania o directamente con Finnair, con los que tienen código compartido. El resto de agencias y touroperadores estuvieron muy interesados en las novedades de la Costa del Sol, mencionadas en la presentación y solicitaron que se las enviáramos. En Copenhague fue incluso mejor, especialmente en la organización, presentación por parte de la OET, así como por la disposición de todos los profesionales invitados. Se reunieron con todos los empresarios costasoleños y disfrutaron de la presentación y el desayuno. Todos se fueron muy agradecidos por el trato y por la información tan valiosa para ellos. Este formato parece ser más productivo que otros anteriores, sin necesidad de tener que retener durante horas con almuerzos y cenas, ya que se establecen los contactos y con una sola presentación no se les satura con demasiada información. De esta manera se acuerdan de con quién han estado y de los atractivos y novedades que ofrece el destino.

4 de junio – Jornada MICE OET París. Siguiendo el Plan de Acción MICE 2015, Turismo y Planificación Costa del Sol ha participado, de la mano con Cámara Comercio Málaga, en la jornada MICE organizada por la Oficina Española de Turismo en París el pasado jueves 4 de junio. El desarrollo del evento corrió a cargo de la empresa PARTANCE, celebrándose en un apartamento diáfano sito en la Av. Hoche, el cual estaba dividido en diferentes espacios en el que un total de 22 expositores nacionales se dieron cita. El horario de la jornada fue de 12:00 a 15:00 horas, en el que se convocaron a empresas que celebran reuniones e incentivos, acudiendo 34 representantes, entre ellos AON France, Cartier, Danone, Estée Lauder, Total, Pierre Fabre o Roche. La jornada continuó con una presentación sobre la situación del mercado MICE francés por parte de Partance, en horario de 17:00 a 17:30 horas. Por último, se dieron cita un total de 74 representantes de los 98 confirmados en el tramo dedicado a agencias organizadoras de eventos, entre las 18:00 y las 21:00 horas, contando con agencias como AMEX, BTC, CAP Image, Connect Factory, CWT Meetings & Events, Facets Ormes, Overcome o SDT Events. El objetivo de nuestra participación ha sido el de seguir posicionando el destino en el segmento MICE tanto a nivel nacional como internacional, conocer las novedades y últimas tendencias del mercado, así como mostrar las novedades del destino, las cuales han sido de muy especial interés para el mercado francés. Muy buena calidad de los contactos. Se han llevado a cabo en torno a unas 15 presentaciones de destino. La localización no nos ha beneficiado del todo, ya que todos los expositores y coexpositores procedentes de Andalucía fuimos ubicados en la sala más lejana desde la entrada, en la que la asistencia fue algo más limitada que en otras salas más accesibles desde la entrada. Valoración positiva de nuestra asistencia y participación. Recomendable de cara a una próxima edición, teniendo en cuenta el factor de la localización.

4 al 7 de junio – Marbella Luxury Weekend (Marbella). Marbella Luxury Weekend es una iniciativa impulsada y apadrinada por la Delegación de Turismo del Ayuntamiento de Marbella en colaboración con diferentes patrocinadores y respaldada por la iniciativa privada de más de 70 empresas que se han sumado como participantes, patrocinadores y colaboradores, para posicionar la ciudad como referente del turismo de lujo. Según los datos

que ofrece la Asociación Española del Lujo, sitúan a Marbella como segunda ciudad española en volumen y movimiento de compras de lujo, sólo por debajo de Barcelona, lo que supone un gran flujo de turistas así como un incremento del empleo en este sector, y de todas las actividades relacionadas con el turismo. La organización y coordinación de este acontecimiento corre a cargo de la Delegación de Turismo de Marbella y cuenta con la participación de las más afamadas marcas de lujo como actores protagonistas del evento. Es un evento que se está consolidando y que atrae a público de destacada relevancia social cuya procedencia es nacional e internacional. Tiene una repercusión mediática importante tanto a nivel nacional como internacional con especial interés en mercados como Rusia y países árabes. Este evento reúne a un alto número de marcas de lujo en un mismo lugar y con una actividad en común.

9 al 11 de junio – IBTM América (Chicago). IBTM América (antes AIBTM) que se volvió a celebrar en Chicago en el Skyline Ballroom del Palacio de Congresos McCormick Place. El formato más que de feria se ha convertido es un Foro especializado en el que se unen 250 compradores (80% procedente de EE. UU. y el 20% procedente de Latinoamérica, Asia, Canadá y Europa), con 250 proveedores de todo el mundo, con agendas de trabajo cerradas con citas de 20 minutos. Dispusimos de zona de trabajo, Meeting pod de 6m² dentro de la zona de todos los destinos españoles compartiendo espacio con DMC Técnica Incentives. Para la agenda de citas nos facilitaron un POKEN, un sistema de registro de citas en las mesas con un dispositivo donde automáticamente se grababa el contacto de cada cita. Funciona con un perfil al que se accede online. Atendimos 33 citas en su mayoría con compradores de EE. UU. pero también de Latinoamérica, Reino Unido y Alemania. Además de las citas asistimos a dos almuerzos de trabajo y a los dos eventos que se celebraron por la noche como networking con los compradores. En el almuerzo del primer día la OET de Chicago patrocinó tres mesas a las que invitaron a todos los proveedores españoles junto con una selección de compradores de EE. UU. Continuamos promocionando el segmento MICE en este mercado tan importante con nuevos contactos tanto a nivel corporativo como a nivel asociativo para dar a conocer el destino a aquellas empresas que no nos conocen y destacar las novedades y refrescar dichos conocimientos a los que sí, ya que es un mercado muy interesado en el destino.

21 al 23 de junio – Fam Trip Agentes de Viaje Brasil. Grupo de 8 agentes de viaje procedente de Brasil, organizado en colaboración con la OET de Sao Paulo, contando con la presencia de su directora. El perfil seleccionado en este caso ha sido el de agencias de lujo, las cuales forman parte de las grandes redes y asociaciones especializadas en el turismo de alto poder adquisitivo tales como Signature y Virtuoso. Las agencias han sido Latitudes, Fama Viagens, Signature Travel, Top Luxe, Flaptur e Iberia como partner aéreo para esta acción. El pasado 2014 el número de viajeros brasileños creció un 12,4%, según Frontur, y de enero a mayo de 2015 han llegado 187.046 pasajeros a los aeropuertos españoles. Por otro lado, la capacidad de gasto del turista brasileño, se encuentra entre las más altas a nivel internacional: 273,77 euros de promedio, por delante de estadounidenses (261 euros) o japoneses (221 euros) y de cualquier emisor europeo: belgas (252 euros), suecos (246), suizos (225), noruegos (203), finlandeses (189) o daneses (157), según el informe “Plan Turismo de Compras 2015” elaborado por Turespaña. Este viaje de familiarización, ha sido organizado por la Oficina Española de Turismo de Sao Paulo, en colaboración con Iberia, contado además con el apoyo de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, Turismo y Planificación Costa del Sol y Turismo de Málaga. Los agentes han comprobado de primera mano la oferta combinada de compras y cultura, además de la visita a complejos hoteleros de lujo en la Costa del Sol, en concreto Gran Meliá

Don Pepe, Hotel Don Carlos, y Hotel Puente Romano. El programa durante estos dos días ha incluido la visita a Ronda (Hacienda La Melonera, circuito Ascari, centro histórico) Marbella (Hotel Gran Meliá Don Pepe, el cual ha colaborado con el alojamiento de los agentes, Hotel Don Carlos, Hotel Puente Romano, centro histórico, Puerto Deportivo, El Corte Inglés y Puerto Banús) y Málaga (centro histórico, paseo catamarán mundomarino, gestionado por el Ayuntamiento de Málaga, y panorámica Gibralfaro). El viaje de familiarización, comenzó el jueves 16 en Cáceres, continuando por Sevilla y finalizó en la provincia de Málaga.

23 al 24 de junio – Convention Bureau Summit y Weco Travel Corporate Event (Varsovia).

Turismo Costa del Sol participó en estos dos eventos dirigidos al segmento MICE. El Convention Bureau Summit tuvo un formato muy variado que combinó un panel de discusión de temas de interés del segmento MICE, 2 turnos de workshop (uno por la mañana y otro por la tarde), presentaciones y sorteos. Participaron 30 agencias especializadas, casa de incentivos y medios especializados. Los suppliers procedían de distintos países de Europa, y no solo había Convention Bureaux, también participaron hoteles, DMCs y centros de congresos. Por parte de España participaron los Convention Bureaux de Sevilla, Barcelona, Madrid, País Vasco, Málaga y Costa del Sol. El evento de Weco Travel tuvo lugar el día 24 de junio en la Embajada Española, fue organizado en colaboración con la OET de Polonia con objeto de hacer más productivo el desplazamiento de los distintos Convention Bureaux españoles a Varsovia para participar en el Convention Bureau Summit. Este encuentro estuvo dirigido a corporates, participaron un total de 24, y consistió en un breve workshop acompañado de la degustación de productos locales de cada una de las ciudades españolas participantes, seguido de las presentaciones de cada destino y un cóctel-cena servido por un catering especializado en gastronomía de nuestro país. Según datos proporcionados por la SOIT (Asociación de Organizadores de Viajes de Incentivo) este mercado creció un 14% durante el 2014. El número medio de participantes en los viajes de incentivos es de 30 a 60 personas, con un presupuesto medio por persona de 1.200 euros en Europa y 2.500 euros en países fuera de Europa. El 48% de estos viajes tienen lugar de enero a mayo, el 42% de septiembre a diciembre y el 10% de junio a agosto. El 40% tienen una duración de 4 a 5 días, el 35% de 5 a 7, el 15% menos de 4 y el 10% más de 7 días (los que tienen lugar fuera de Europa). Los 5 destinos más populares son España, EE. UU., Italia, Portugal y EAU.

29 de junio al 3 de julio – M&I Forum Europe Summer (Edimburgo).

El M&I Forum (Meeting and Incentive Forum) es uno de los 6 foros especializados en el segmento de reuniones e incentivos que organiza la empresa Worldwide Events de Londres a lo largo del año para diferentes mercados (Asia, Reino Unido, EE.UU., Europa, Rusia y Países del Este). Al igual que el año pasado, participamos compartiendo mesa de trabajo y agenda con el Málaga Convention Bureau. Este evento en concreto va dirigido al mercado europeo y cuenta con compradores de Reino Unido, Irlanda, Alemania, Austria, Francia, Benelux, Italia, Escandinavia, España, Portugal, Suiza y Rusia, entre otros. El foro incluye una mesa de trabajo, agenda de 50 citas a compartir con el Málaga Convention Bureau, además de la participación en los almuerzos, cócteles, cenas y actividades organizadas para compradores y vendedores. El objetivo de esta acción es poder tener contacto directo con más de 50 compradores con el fin de ofrecer los servicios del Convention Bureau, así como crear una buena relación con los clientes para futuras acciones. Tenemos que intentar que estos contactos generen peticiones para el destino Málaga-Costa del Sol. Además de las 50 citas cara a cara que tuvieron lugar durante cuatro días, hubo un programa social de muy alto nivel con almuerzos, actividades y cenas en algunos de los lugares

más emblemáticos de Edimburgo, todo ello orientado a conseguir un mayor acercamiento entre compradores y vendedores en un ambiente distendido y agradable, y en el que hemos podido establecer contacto directo con otros compradores con los que no teníamos cita. Además de nosotros y del Málaga Convention Bureau, participaron empresarios locales tales como H10 Hoteles o Cititravel. M&I Forum es mucho más interesante, serio y profesional que otros eventos con el mismo formato, como por ejemplo Best of MICE (ya desaparecido), Iberian MICE Forums o Meet & Talk. Los clientes en general han sido de buen nivel y se han recibido algunas peticiones concretas.

**VITA (Verde – Interior – Turismo Activo), NÁUTICO,
HEALTH & WELLNESS**

9 al 10 de mayo – Ronda 101 Kms. (Ronda). Turismo Costa del Sol colabora con la Legión Española y el Ayuntamiento de Ronda que organizan 101 Kms. Ronda anualmente. Es una acción promocional encaminada a difundir los productos del segmento VITA coincidiendo con la XVIII edición, que se celebró el 09 y 10 de mayo en la Alameda del Tajo de la ciudad de Ronda. Esta entidad estuvo presente con una carpa proporcionando información y material promocional de toda la provincia. Nuestra presencia en las carpas de 101 Kms. Ronda es imprescindible, sabiendo que ninguna otra entidad pública ni de promoción turística está presente para informar y asesorar a los asistentes y participantes que vienen de todo el país. El material proporcionado fue idóneo, con guías de turismo activo y de avistamiento de pájaros de la Diputación, información de Ronda y alrededores, y de más municipios de toda la provincia de Málaga. El libro de la Gran Senda les interesó a los organizadores mismos para desarrollar futuras marchas de la Legión.

25 al 27 de junio – Fam Trip Compañías Médicas. A petición de Tourism & Health Costa del Sol y miembros integrantes de este cluster, colaboramos con un viaje de familiarización de compañías de seguros médicos enfocado en el segmento Health & Wellness. Nuestra misión consistió, según programa de la acción, en complementar servicios colaborativos al desarrollo de la misma. Participaron dos empresas de seguros médicos con implantación internacional, a nivel de direcciones generales en España. Nuestra colaboración consistió, además de apoyo logístico en la preparación del programa, presentación del destino a nivel general desde los diferentes segmentos, con especial hincapié en el segmento Health & Wellness. Colaborativamente hemos aportado el transporte para los diferentes desplazamientos realizados para la visita de la Clínica Santa Elena, donde se realizaron pruebas analíticas, así como cena en un restaurante-chiringuito en Fuengirola. Además se han realizado distintos tratamientos y pruebas en el hotel Hydros, sede del alojamiento, como parte del paquete denominado Care your Heart, Boost your Health. Magnífica aceptación por parte de los asistentes de las diferentes opciones mostradas en la presentación de los diferentes programas de salud y bienestar, a cargo del cluster Tourism & Health Costa del Sol.