

RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS

PATRONATO DE TURISMO MÁLAGA – COSTA DEL SOL
MARZO – ABRIL 2012

- ⇒ **1 de marzo – Encuentro Gastronómico “Saborea Guadalhorce” (Pizarra).** Por invitación de Guadalhorce Turismo, asistimos a la celebración del “III Encuentro Gastronómico Saborea Guadalhorce” que se llevó a cabo en el hotel Cortijo del Arte de Pizarra. El acto, que se prolongó durante toda la jornada, contó con tres paquetes de actividades: Jornadas Formativas “El chivo lechal malagueño”, Encuentro Gastronómico Saborea Guadalhorce y Presentación “Saborea Guadalhorce, el chivo lechal malagueño” con la degustación de diversos platos. El objetivo de estas jornadas no fue otro que el de dar a conocer y promocionar el chivo lechal malagueño a través de los diferentes restaurantes participantes en ellas, de las siete localidades de la comarca, así como de otros productos emblemáticos del valle como quesos, miel, harinas, aceitunas, verduras, embutidos, conservas vegetales, etc. Aprovechamos la convocatoria para contactar con los empresarios allí presentes y animarles a participar en la ejecución del plan de acción, así como solicitar su colaboración a efectos de las visitas de inspección y viajes de familiarización con agentes de viajes y prensa especializada.
- ⇒ **1 de marzo – Presentación Estudiantes Rusos Malaca Instituto.** A petición de la escuela de idiomas Malaca Instituto, realizamos una presentación en nuestra sede a un grupo de estudiantes rusos, enfocada en el destino y en nuestra entidad. Durante su estancia de tres semanas en la provincia tenían previsto realizar diversas visitas a establecimientos turísticos y tenían gran interés en visitar el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol para conocer sus instalaciones, quienes somos, a qué nos dedicamos, nuestro funcionamiento, así como que se les realizara una presentación técnica del destino. Así, se llevó a cabo la presentación basada en el Patronato de Turismo, su historia, funciones, estructura, segmentos y mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de la presentación de la provincia y su oferta turística, para finalizar con la proyección de un DVD del destino. La presentación les pareció muy interesante ya que desconocían nuestro funcionamiento y se marcharon con la mayor información posible sobre el destino y los productos que ofrece Málaga-Costa del Sol.
- ⇒ **1 al 2 de marzo – Workshop TravelMatch y Feria Reiseliv (Oslo).** El Patronato de Turismo decidió acudir al primer workshop para profesionales turísticos noruegos, TravelMatch, así como a la vigésimo quinta edición de la feria más relevante del país, Reiseliv. Este workshop ha contado con un formato de citas concertadas previamente vía online de 15 minutos. Los vendedores disponían de una mesa de trabajo acudiendo los compradores a las mismas, con dos sesiones de 10.00 a 12.00 y de 15.00 a 18.00 horas durante las que el máximo de citas se estableció en un total de 16 por vendedor. Tras el término de la jornada se celebró un cóctel para todos los participantes. En cuanto a la feria Reiseliv, se trata del evento turístico más relevante de Noruega, el cual posee carácter B2C. Tanto el público final como los agentes de viaje noruegos son muy tradicionales y conservadores en torno a sus costumbres y comportamiento turístico, sintiendo una gran fidelidad en un elevado porcentaje hacia los destinos más populares. Según las previsiones del mercado noruego, el año 2012 va a seguir registrando crecimientos en la línea de la temporada de 2011, incluso superando al destino que junto



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

con Tailandia representa el principal competidor de España, como es Grecia, destino que perderá cuota de mercado debido a la sensibilidad y carácter conservador del comportamiento turístico noruego, factor que sin duda beneficiará a España como principal destino para los noruegos en 2012 con una cuota estimada del 14%, representando un destino seguro y de confianza para el noruego. En cuanto a los principales destinos españoles en este mercado, los más populares son Alicante, Málaga e Islas Canarias. La gran novedad de 2012 ha sido la confirmación no oficial de la apertura de la primera base fuera del territorio escandinavo por parte de la aerolínea nórdica Norwegian, compañía que ha designado al aeropuerto de Málaga como principal sede para dicha base de operaciones, incrementando así el número de frecuencias hacia el destino Málaga-Costa del Sol.

- ⇒ **6 de marzo – Jornada Formativa Turística “Comarca de Antequera, un destino por conocer” (Antequera).** El Área de Turismo del Ayuntamiento de Antequera, en colaboración con el Centro de Iniciativas Turísticas de dicha localidad, ha puesto en marcha una serie de acciones formativas destinadas a los profesionales del sector turístico y comercial, con el objetivo de poner en su conocimiento todos los recursos turísticos con los que cuenta el territorio. La jornada formativa, llevada a cabo en el Parador de Turismo de Antequera, estuvo centrada en la puesta en común de los recursos patrimoniales, culturales, históricos, naturales y arqueológicos de Antequera y su comarca. El objetivo de estas jornadas ha sido propiciar un encuentro donde los técnicos han expuesto sus conocimientos y experiencias para, a posteriori, abrir un turno de debate donde los participantes expusieran sus ideas e inquietudes. En resumidas cuentas, se pretende que la comarca sea cada vez un destino más consolidado y sus profesionales más conocedores de las excelencias turísticas de comarca de Antequera. Se han expuesto visiones desde el punto de vista del turismo interior, arqueológico, del patrimonio natural, de la demanda de los turistas, del desarrollo turístico de las ciudades medias, etc. El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, como ponente, colaboró con una charla sobre la importancia del turismo de interior en la provincia de Málaga.

- ⇒ **7 de marzo – Fam-trip TUI.** Grupo formado por 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 estuvieron presentes algunos directores de agencias. La estancia de los agentes de viajes fue de cinco días y la mayor parte del programa tuvo lugar en la provincia de Málaga. El programa incluyó visitas a hoteles, excursiones, compras, asistencia a un espectáculo flamenco, así como almuerzos y cenas en lugares emblemáticos. Les ofrecimos una presentación con el fin de promocionar el destino facilitando información genérica para 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 para 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



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

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.

- ⇒ **7 al 11 de marzo – ITB (Berlín).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha participado en la feria ITB, considerada una de las tres ferias más importantes del mundo junto a la WTM y FITUR. Como en años anteriores, la Costa del Sol estuvo integrada en el stand de Turismo y Deporte de Andalucía, donde estuvimos acompañados por más de 40 socios entre empresas y municipios. Durante la feria se mantuvieron una serie de entrevistas con diferentes touroperadores y líneas aéreas así como con representantes del sector turístico alemán al objeto de conocer las perspectivas de este importante mercado para la Costa del Sol. El propósito de la asistencia a esta feria fue el de confirmar los síntomas de mejoría que se siguen detectando para nuestro destino con respecto al que es el tercer mercado emisor de visitantes más importante para nuestra provincia y el segundo extranjero tras el británico. El formato que ha seguido la ITB este año, al igual que en ediciones anteriores, ha desarrollado las actividades meramente profesionales de miércoles a viernes, mientras que el fin de semana abrió sus puertas al público en general. Los 160.000 m² de exposición han recibido este año a más de 170.000 visitantes, de los cuales 113.000 eran visitantes profesionales. La feria contó con 10.644 expositores de 187 países. Se trata de una feria importantísima donde es imprescindible seguir estando presentes para mantener un encuentro cercano con los grandes touroperadores y conocer la demanda, evolución y necesidades del mercado.
- ⇒ **16 al 18 de marzo – Sevatur (San Sebastián).** Décima edición del Salón Internacional de la Evasión y el Turismo de San Sebastián, que este año se ha desarrollado bajo el lema “Viaje a través de los sabores” en el Kursaal. Acudimos en el espacio cedido dentro de su stand por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía, dando la posibilidad de acogimiento a nuestros socios y toda la oferta turística de nuestra provincia. Al ser una feria multisegmento hemos tenido la oportunidad de ofrecer al público asistente a la misma una información lo más completa posible de los segmentos que constituyen nuestro destino. Hay que destacar que el público asistente muestra un gran interés por conocer no sólo generalidades de nuestra provincia, sino detalles específicos de cada uno de nuestros segmentos y zonas geográficas. Se observa un público con ganas de viajar y conocer, con una actitud bastante culta en general en materia de información, que quiere y elige la información que le interesa. Pide una información muy detallada del destino y/o segmento que le puede ser útil para sus vacaciones en función de su situación e intereses. Es una acción de promoción directa al público donostiarra, que asiste de modo muy importante a esta cita anual con la preparación de sus vacaciones. Al tratarse de una feria de público, lo esencial era el poder disponer de la mayor información posible de nuestro destino para ofrecer la oportuna información a unos visitantes que saben muy bien qué es exactamente la



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

información que necesitan para organizar su periodo vacacional, especialmente en tiempos difíciles como los actuales marcados por una profunda crisis económica. Creemos que nuestra participación es muy importante especialmente en un mercado emisor como el donostiarra con un buen nivel económico y propicio a tener su experiencia vacacional en un destino como Málaga-Costa del Sol.

⇒ **19 al 23 de marzo – Puerta a Puerta EE. UU. (Miami).** Acción Puerta a Puerta de venta cruzada de los tres segmentos Mice, Golf y Elite realizada en Miami donde se ha visitado agencias dedicadas al segmento de lujo, touroperadores de golf, casas de incentivo, empresas y medios de comunicación especializados en Miami. Una acción que ha tenido un resultado muy positivo. Se ha diseñado una promoción estratégica enfocada a estos segmentos tan importantes que hasta ahora no se habían tocado desde el Patronato de Turismo y de los que se están consiguiendo algunos resultados. Se realizaron presentaciones del destino muy detalladas e informativas, unas presentaciones completas que dejan de manifiesto todas nuestras virtudes como destino de lujo, destino de golf y destino de incentivos. Nuestra intención es la de posicionarnos como uno de los primeros destinos en España ya que tenemos todo lo que el cliente americano busca: un aeropuerto internacional de primer orden, un AVE que nos comunica con Madrid para aquellos grupos que quieren combinar dos ciudades, una planta hotelera de hoteles de 5 estrellas inmejorable, ciudades que son cita obligada como Marbella, donde la mayoría opta por alojarse, Málaga ciudad como destino complementario para visitar nuestros museos, hacer compras y disfrutar de la nueva imagen de la ciudad, Ronda y sus viñedos, etc. Hay un segmento de lujo de americanos anglosajones que residen en Florida. Aprovechando estas visitas, por primera vez nos hemos acercado también a algunas agencias de Virtuoso para saber cómo funcionan. Virtuoso es una red especializada en turismo de lujo a la sólo que se accede por invitación. En cuanto al segmento de golf en términos generales se podría decir que el 53,4% de todos los golfistas adultos que hay en el mundo, residen en EE. UU., siendo los turistas más propensos a viajar fuera de su país con el único motivo de jugar al golf al mismo tiempo que visitar destinos con historia. Por segunda vez el Convention Bureau ha visitado algunas agencias y empresas finales en este Estado. Se planteará la posibilidad de acudir con socios el año que viene debido al interés del mercado. Se están realizando varias peticiones a destinos españoles como Barcelona y Madrid, así como el Norte de España. Andalucía y la Costa del Sol han perdido fuerza y es aquí donde se debe hacer un buen trabajo para intentar ganar cuota de mercado, pues el destino en sí sigue siendo tremendamente atractivo para ellos.

⇒ **21 al 24 de marzo – MITT (Moscú).** La Feria MITT representa un evento internacional para profesionales del sector donde participan las empresas más activas dentro de la industria turística de Rusia. En la actualidad, está considerada como uno de las cinco ferias más relevantes del panorama turístico internacional. El Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol asistió a esta feria de la mano de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, contado con un mostrador y mesa de trabajo dentro de un stand de 500 m² de superficie habilitada por Turespaña para la ocasión. Como principal conclusión, el crecimiento registrado en los últimos ejercicios por parte del mercado turístico ruso hacia el aeropuerto de Málaga se va a ver disminuido, ya que tanto touroperadores como Pegas o Tez Tour entre otros, van a concentrar su



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

actividad en Cataluña y las islas, Canarias y Baleares, en detrimento de regiones como Costa del Sol y Alicante. Rusia está experimentando un continuo crecimiento económico como resultado del decrecimiento de la tasa de inflación hasta un 5,73% (principal problema endémico del país desde el colapso de la Unión Soviética), el descenso de la tasa de desempleo (6,60%) y el actual y previsible a medio plazo fortalecimiento del rublo frente al dólar y al euro, además del crecimiento de los ingresos del Tesoro Público a causa de los impuestos y tasas en la venta de gas y petróleo. El año 2011 terminó con cifras muy positivas para el sector turístico español en Rusia. En total en el año 2011, de acuerdo con el Instituto de Estudios Turísticos de España (IET), 918.573 viajeros rusos visitaron España que es un 44,6% más que en el año 2010. De este número total de visitantes 858.546 fueron turistas lo que es el 41,8% más que en el año 2010, y 60.028 excursionistas que es un 99,3% más que en el año 2010. El mercado turístico emisor ruso ha experimentado en los últimos años una importante consolidación, siendo en la actualidad el mercado que más crece de Europa. Rusia es el mercado que más oportunidades ofrece a nuestro país a corto y medio plazo desde el punto de vista turístico. España es el cuarto destino preferido por los rusos que viajan al extranjero para pasar sus vacaciones, el tercero en turismo de sol y playa, por detrás de Egipto (1.140.559 turistas). Además, según datos del IET, el gasto medio del turista ruso no ha hecho más que crecer en los últimos años, pasando a 1.424 euros en 2011. El gasto medio diario aumentó un 22,9% en comparación con el año 2010 y fue de 146,9 euros.

- ⇒ **22 al 24 de marzo – Fam-trip MSC Cruceros.** Visita de un grupo de agentes de viaje especializados en la venta de cruceros de la mano de la naviera MSC Cruises en Reino Unido. Esta naviera hizo una selección de las 6 agencias que han realizado un mayor número de ventas de sus cruceros en la temporada del 2011 y, con la colaboración del la Oficina Española de Turismo en Londres, la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía y este Patronato, se ha elaborado un itinerario en la Costa del Sol incluyendo las visitas más destacadas que ofrecen los cruceros en nuestro destino. También colaboraron los Ayuntamientos de Málaga y Marbella en la elaboración del programa. Durante los dos días de visita en nuestra provincia, tuvieron ocasión de visitar Málaga ciudad, Frigiliana, Nerja, Mijas y Marbella, donde pudieron degustar nuestra comida típica, presenciar un “show cooking”, probar nuestros vinos más típicos, y también pudieron disfrutar de algún tiempo para ir de “shopping”. Previo a las visitas se les hizo una detallada presentación de nuestro destino, por parte de la ciudad, provincia y región, realizada por un técnico del Ayuntamiento de Málaga, de este Patronato y de Turismo y Deporte. Estos agentes tienen gran poder de decisión sobre sus clientes, y tienen la capacidad y conocimiento para vender cualquier tipo de crucero a nivel mundial. Es importante que formemos a estos profesionales sobre nuestro destino, ya que Málaga es relativamente nueva en el mundo de los cruceros, aunque se considera uno de los destinos emergentes más importantes de los puertos del Mediterráneo. Es importante mantener el contacto con esta naviera, no sólo para formación en el destino y para potenciar nuestro destino como puerto de escala, sino para que se planteen en un futuro a corto plazo, el hecho de que Málaga se convierta en un puerto base para sus cruceros por el Mediterráneo.
- ⇒ **25 al 28 de marzo – Fam-trip MICE Raiffeisen Reisen.** Raiffeisen es un grupo bancario muy grande en Austria y Alemania que incluye también una rama de agencias de viaje,



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

gracias a la cual los bancos ofrecen viajes a sus clientes, empresas y particulares. Se trata de uno de los mejores clientes de RTA, que ha traído a la Costa del Sol a 11 directores de sucursales de Raiffeisen con objeto de que estos conozcan el destino y los atractivos de la zona para venderlo a sus clientes en forma de programas de incentivo y circuitos de alto nivel. Como prueba de la importancia y repercusión de esta acción inversa, valga el hecho de que el año pasado organizaron el fam-trip en Madrid y Andalucía y que a raíz de estos salieron 8 grupos en Madrid en 2011 y 14 confirmaciones de circuitos por Andalucía. Nuestro objetivo al colaborar con esta acción no fue otro que seguir comercializando en el mercado austriaco. Es provechoso poder estar con estos clientes durante un día y conocerles en persona. Nos puede servir como bases de datos para nuestras futuras visitas a Austria. Durante los 4 días que ha durado su estancia en nuestra provincia, se les organizó un intenso programa que incluyó visitas a Marbella-Puerto Banús, Málaga ciudad, Ronda, Mijas con cata de vinos y almuerzo-tapeo, asistencia a un espectáculo flamenco, trayecto en tren por el interior de la provincia, etc. Los clientes han mostrado mucho interés por el destino. La mayoría nunca había estado en Andalucía y han quedado gratamente sorprendidos por la riqueza cultural y la variedad de la oferta complementaria. Les ha atraído especialmente la oferta existente en el interior de la provincia, ya que la Costa del Sol les suele traer a la mente un destino de sol y playa. Es primordial seguir “educando” a los clientes y hacerles ver que Málaga-Costa del Sol tiene mucho más que ofrecer.

- ⇒ **26 al 27 de marzo – Fam-trip Blog Mainly Spain.** A petición de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte, colaboramos en la visita a la provincia de Brunilda de Jesús, presidenta, y Gabriel Pérez, director general de Mainly Spain e importantes bloggers estadounidense, quienes solicitaban una visita a Andalucía. En este caso, se nos solicitó colaboración para conocer diferentes puntos y visitas de interés de la provincia de Málaga. Brunilda de Jesús nos comunicó que su blog ha experimentado una gran expansión y pretende que este sea una de las principales fuentes de información para los viajeros procedentes de EE. UU. que se dirijan a España, especialmente para americanos que vienen a España buscando sobre todo productos relacionados con lujo y cultura. Su objetivo era el de conocer algunos de los “puntos fuertes” de Málaga como su gastronomía, sus museos, sus principales lugares de alojamiento y su gente. Ambos quedaron encantados con la experiencia en la provincia Málaga. Teniendo en cuenta que son grandes conocedores de nuestro destino, quedaron aún más impresionados de las nuevas ofertas tanto culturales, como gastronómicas, además de quedar encantados con las nuevas terminales de cruceros del puerto de Málaga. Su feedback inmediato, nada más llegar a su país, además de los correspondientes posts en su blog, con halagos hacia nuestra tierra, fue de su agradecimiento por seguir teniendo la capacidad de sorprenderles gracias a la oferta tan variada y renovada que la Costa del Sol sigue ofreciendo a lo largo de los años.
- ⇒ **26 al 28 de marzo – Puerta a Puerta MICE Rusia (Moscú).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha llevado a cabo la primera acción Puerta a Puerta dedicada al segmento MICE en el mercado ruso y ha hecho un balance muy positivo de su presencia en esta acción, que por vez primera acomete la entidad, a través del departamento encargado de la promoción de este segmento. Dentro de esta acción se llevaron a cabo un total de 12 visitas profesionales a agencias especializadas en la captación de



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

incentivos, congresos, conferencias, presentaciones y eventos, de carácter internacional, que tienen origen en las principales compañías en Rusia. Como principal objetivo, figuró captar el máximo retorno posible estableciendo distintos encuentros con esta docena de agencias visitadas que han compuesto la agenda de visitas como primer contacto con el mercado ruso. Para este primer contacto con el mercado ruso (un mercado muy basado en las relaciones personales) se ha contado con la colaboración de RM Consultants, una agencia especializada en consultoría, relaciones públicas y marketing turístico y organizadores de workshops profesionales vinculados con los segmentos VIP y MICE, contando con sedes en París y Moscú. Asimismo, se determinó comenzar a realizar presentaciones técnicas muy formativas en las agencias de Rusia llevando un equipo de trabajo formado por cuatro personas con el formato de una presentación por participante con una duración total de aproximadamente 30 minutos por cita, en la cual se presentaban los distintos productos y servicios con el fin de educar y mostrar las oportunidades disponibles en un destino potencial, cercano y con oferta de primer nivel en términos de MICE, FIT y VIP's como es Málaga-Costa del Sol. Como resultado de este encuentro, se despertó interés por parte de algunas agencias en llevar a cabo un fam-trip, algunas han pedido fechas concretas, con el fin de trasladar al destino a los mejores vendedores y personas influyentes en la decisión de sus mejores clientes VIP's.

⇒ **26 al 28 de marzo – Puerta a Puerta Reino Unido (Aylesbury, Bristol, High Wycombe, Gloucestershire, Londres, Milton Keynes, Eastcote, Bradford on Avon y Twigworth).** Promoción Puerta a Puerta realizada en distintas ciudades de Reino Unido cuya agenda de citas ha sido organizada por la empresa británica Global Marketing Solutions, buena conocedora de las agencias y casas de incentivos en Reino Unido y con la que llevamos trabajando varios años. Como viene siendo habitual en las promociones Puerta a Puerta organizadas por el Convention Bureau de la Costa del Sol, hemos contado con la presenciada de 3 socios que en este caso han sido: Cititravel, Hotel Vincci Posada del Patio y Hotel Meliá La Quinta. Conseguimos contactar con 10 agencias y casas de incentivos: CMS, Creativa Travel & Events, Garfio Group, Interactive Consulting and Events, The Event Exchange, Bright, Red 2 Travel/Destin8, Cassis Travel Service e Inside Event Management, al tiempo que se reforzaron las relaciones con empresas que ya conocíamos y que han trabajado con el destino, y se han establecido nuevos contactos. El resultado de esta promoción ha sido muy satisfactorio, las empresas que se han visitado han sido contactos de calidad con posibilidad de generar negocio en el destino. Como venimos viendo desde hace unos años, la tendencia continua siendo de disminución de los viajes de incentivos, que aparecen combinados con reuniones y conferencias. Los sectores que generan más negocio son las finanzas, automoción, cosmética, tecnología y farma. Los aspectos más valorados del destino Costa del Sol son el clima y la accesibilidad, la gran cantidad de vuelos que conectan Málaga con distintas ciudades británicas. Por otro lado, varios de los contactos con los que nos hemos reunido nos han informado de que algunos clientes no optan por el destino Costa del Sol para sus reuniones, incentivos, etc. ya que es un destino muy conocido por la población británica ya que la gran mayoría de ellos ya han estado aquí de vacaciones.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **10 de abril – TurNexo (Madrid).** Organizado por el Grupo Nexo, son salones profesionales con un formato de jornadas a modo de workshop, en el que cada expositor dispone de un stand modular de 4 m², a decorar por el propio expositor, con un mostrador donde exponer el material promocional y una mesa de trabajo con tres sillas que permite mantener encuentros profesionales con los visitantes y asistentes. Celebrado en el hotel Mayorazgo de Madrid, bastante céntrico y accesible, la participación de agentes ha sido buena. En este TurNexo Madrid se han dado cita a proveedores de las agencias de viajes españolas: touroperadores, cadenas hoteleras, compañías aéreas y otros nacionales e internacionales, cruceristas etc. Aunque desde las primeras horas hubo bastantes agentes visitándonos, las visitas fueron aumentando en número a eso de las 13.00 horas coincidiendo con el cierre de las agencias y con un cóctel ofrecido por la organización y el hotel. Al igual que ocurriera en las ediciones anteriores de TurNexo Madrid, ofreció las principales novedades de los diferentes sectores para la temporada de primavera-verano 2012. Nuestro principal objetivo al acudir a este encuentro no fue otro que contactar con vendedores, agentes de viajes, del mercado emisor nacional para exponerles la oferta turística de la que dispone nuestro destino Málaga-Costa del Sol de cara al verano 2012. Se trata de una acción muy interesante para nuestras promociones la asistencia a las futuras ediciones de TurNexoMadrid y hacer participar a nuestros socios. Esta acción se podría definir como un Puerta a Puerta, pero sin movernos de un lugar a otro, ya que los profesionales pasan por nuestro stand sin ser preciso hacer citas previas, ya que la organización es la que nos la ofrece.
- ⇒ **12 al 15 de abril – Press-trip Mira Jalomies (OET Helsinki).** A través de la Oficina Española de Turismo de Helsinki, nos llegó una petición de la periodista Mira Jalomies, quién nos solicitó apoyo para un artículo que quería escribir sobre nuestra provincia, concretamente de Ronda. Se trata de una periodista habitual que ya ha colaborado en ocasiones con esta OET. Además de ella venia también el fotógrafo Giuseppe Mancuso. El artículo en cuestión tendrá entre cuatro y seis páginas. La periodista en cuestión quería realizar un reportaje sobre la ciudad de Ronda, mostrando especial interés por la casa del Rey Moro, el Palacio de Mondragón y en la plaza de toros por lo que pedía una visita guiada, concretamente para el día 13 de abril, además nos solicitaba el alojamiento. Se trataba de una propuesta interesante sobre todo por las tarifas publicitarias que maneja la revista y por la difusión de la misma. Es una publicación dirigida a un lector muy selecto de un alto poder adquisitivo y cultural, interesados en decoración, moda, gastronomía, viajes etc. Ciertamente este tipo de acciones son muy interesantes dado que sería mucho más caro contratar un artículo de esta índole directamente con una revista, que atendiendo la petición de la OET. Al ser una periodista free-lance puede vender dicho artículo a varios medios, con lo cual la repercusión y el beneficio del mismo crecen exponencialmente.
- ⇒ **14 al 15 de abril – Fam-trip MICE Creatur EE. UU.** Creatur es un DMC con base en Madrid con más de 38 años de experiencia en el segmento de reuniones e incentivos (se fundó en 1973), que está especializado en el mercado norteamericano (EE. UU. y Canadá) y en el mercado ruso. Del 12 al 16 de abril Creatur trajo a Madrid y la Costa del Sol a 3 grandes cuentas de EE. UU. con objeto de que conocieran el destino y los atractivos de la zona para venderlos a sus clientes en forma de programas de incentivo de alto nivel. Se trata de unos contactos muy interesantes que nos pueden abrir las



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

puertas en futuros Puerta a Puerta, siendo además gente con un poder de decisión tremendo que genera mucho negocio. Nuestro objetivo al colaborar con esta acción fue el de seguir posicionando nuestro destino en EE. UU., al que tanto esfuerzo estamos dedicando. Es provechoso poder estar con estos clientes durante un día y conocerles en persona. Se consiguió la colaboración de Ascari y las entradas gratuitas a la plaza de toros de Ronda y se les organizó un programa muy simpático para ese día pero lamentablemente un día antes Creatur nos informó de que los clientes tenían que adelantar su regreso a Madrid por cambios en los vuelos de regreso a EE. UU., por lo que en su lugar se les organizó una visita guiada de Marbella. El Ayuntamiento de Marbella colaboró ofreciendo el guía para la visita a la ciudad. Los clientes no conocían el destino Costa del Sol, de hecho nunca habían estado en Andalucía. Les ha agradado enormemente la buena red de infraestructuras (AVE, autopista), el excelente clima, exquisita gastronomía, una planta hotelera de alto nivel, y la variedad de la oferta cultural y complementaria (Museo del Automóvil de Málaga, Museo Picasso, casco antiguo de Marbella), etc. Organizan sobre todo viajes de incentivo para clientes de los sectores automoción, seguros y financiero. Suelen organizar eventos en Madrid y Barcelona pero desean descubrir y ofrecer nuevos destinos españoles a sus clientes, por lo que su estancia en Málaga-Costa del Sol ha sido todo un acierto.

⇒ **16 al 18 de abril – Misiones Comerciales de Andalucía II (Logroño, Zaragoza y Barcelona).** Jornadas profesionales organizadas por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía, en las ciudades señaladas, con un formato de workshop para seguidamente ofrecer una cena y un espectáculo flamenco a los asistentes. Las ciudades que nos proponen son de influencia AVE por lo que son idóneas para tratar de atraer al público que busca destinos cercanos para sus escapadas de fin de semana y puentes, además de la oferta cultural y gastronómica. Acudimos a esta acción a fin de conocer la situación actual de los mercados que visitamos, fortalecer las relaciones existentes, al mismo tiempo que realizar nuevos contactos, conocer las demandas de los clientes, así como dar a conocer las novedades existentes, en cuanto a nuevos productos y/o agenda cultural y de ocio. Durante las 3 jornadas pudimos atender a los agentes de viajes que se acercaron a los distintos talleres de trabajo, el interés demostrado por los agentes hacia nuestro destino fue bueno, sobre todo en Zaragoza y Barcelona, dado que las conexiones con Málaga son mejores que con Logroño. A pesar de ello en Logroño se acercaron al Palacio de Ferias unos 70 agentes. En Zaragoza fueron más de 90 los que estuvieron con nosotros y en Barcelona superamos los 200. Podemos concluir que este formato sigue siendo muy interesante, sobre todo para las empresas que nos acompañan, dado que durante unas horas tienen oportunidad de encontrarse con un importante número de agentes de viajes que, en este caso, conocen bastante bien el destino y vienen con propuestas muy concretas.

⇒ **20 al 21 de abril – Macro Fam-trip Europlayas.** Por segundo año, la mayorista de estancias Europlayas organizó un macro fam-trip para agencias de viajes españolas, en esta ocasión, contó con la asistencia de unos 250 agentes de viajes, procedentes de toda Andalucía, Ciudad Real, Zaragoza, Badajoz, Valencia y Madrid. Europlayas, nos pidió colaboración en el desarrollo de este evento, realizando una presentación del destino Málaga-Costa del Sol, en la sesión de trabajo. Nuestro objetivo al colaborar en esta acción no fue otro que dar a conocer a los agentes de viaje la oferta de nuestro destino,



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

haciendo hincapié en los productos ofertados por el touroperador, así como de la oferta complementaria, acorde con las características de su público objetivo, fundamentalmente vacacional, así como tratar de fijar su interés en la marca Málaga-Costa del Sol y convertirlos en prescriptores del destino entre sus clientes y, por último, estrechar la relación con Europlayas, que ya se ha comprometido a incluir un banner en su página web, así como a realizar dos e-mailing a las agencias de viajes con las que tienen contrato, uno en mayo y otro en septiembre con el contenido que el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol decida. Es una muy buena oportunidad para hacer llegar el mensaje de nuestro destino a los agentes de viajes asistentes, de la mano de uno de los operadores de estancias que más producto Málaga-Costa del Sol tiene publicado y que durante 2011 ha alcanzado los 8 millones de euros de ventas hacia Costa del Sol, con una oferta de 269 alojamientos turísticos en la provincia de Málaga.

- ⇒ **21 de abril – VI Costa del Sol Masters Madrid (Club de Campo Villa de Madrid).** El circuito VI Costa del Sol Masters Madrid dio comienzo el pasado 21 de abril en el Club de Campo Villa de Madrid, uno de los campos integrantes del torneo. La gran acogida que Madrid desde su inicio ha dispensado a la Costa del Sol en general y al circuito Masters Madrid en particular, han sido claves para que cada año se amplíe el número de campos integrantes. El objetivo fundamental de esta acción es fomentar y dar a conocer en Madrid y a los jugadores madrileños, la extensa y variada oferta de campos de la “Costa del Sol-Costa del Golf”. El Costa del Sol Masters Madrid es un circuito amateur y, hasta la fecha, el número de jugadores que ha participado en el mismo supera la cifra de 14.000. El público objetivo al que se dirige son jugadores nacionales e internacionales, mayores de 24 años, con licencia federativa y con un poder adquisitivo medio-alto/alto. Nuestro objetivo prioritario es dar a conocer la variedad y pluralidad de oferta turístico-deportiva que ofrece este destino. Al inicio se hizo entrega a cada jugador de una bolsa de bienvenida con material promocional de la Costa del Sol y un regalo cortesía de la Federación de Golf de Madrid. La modalidad de juego fue Greensome y para culminar este estupendo día, sobre las 20.00 horas se ofreció un cóctel a los asistentes, se hizo una presentación del destino Costa del Sol, entrega de premios y sorteo de regalos (green fees, estancias en hoteles, material deportivo, etc.). Madrid cuenta con más de 95.000 federados siendo la primera ciudad de España en número de licencias, por lo que para la Costa del Sol representa un cliente potencial para la práctica del golf unido a las infraestructuras y la oferta complementaria es el elemento más rentable para la captación de turistas.
- ⇒ **26 al 29 de abril – Congreso Advantage (Malta).** Asistencia del congreso anual de Advantage con el fin de participar en el programa del congreso y tener una presencia destacada en el momento del anuncio del destino Málaga-Costa del Sol como sede de dicho congreso en el año 2013. El motivo de nuestra presencia en este congreso fue, entre otras cosas, el apoyar el anuncio de la elección del destino Málaga-Costa del Sol como sede para la conferencia anual de Advantage Travel Centres así como despertar interés en el destino Málaga-Costa del Sol y conseguir una buena representación del sector turístico británico para el evento de 2013. El anuncio y presentación del destino corrió a cargo del presidente del Patronato de Turismo y el representante de la Oficina de Turismo de España en Reino Unido y se llevó a cabo en la última sesión de trabajo, en la sesión de tarde. Después de presentar al representante de la OET de Londres, y todavía



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

sin nombrar el destino, se proyectó el vídeo de la ciudad de Málaga (él que aparece en youtube) y subió el presidente a la palestra para agradecer a Advantage su elección de Málaga como sede del próximo congreso, así como dar la bienvenida a los congresistas, cara al congreso del año que viene que se va a celebrar entre los días 9 y 12 de mayo 2013. El anuncio de la sede despertó gran interés por tratarse de la ciudad de Málaga, relativamente poco conocida entre los profesionales británicos, y contó con la aprobación del público, indicándonos varios participantes que reservarían sus vuelos nada más volver a la oficina.

- ⇒ **28 de abril – Visita de Inspección Thomas Cook AG.** Como resultado de la reunión mantenida en el transcurso de la ITB de Berlín con diversos representantes de Thomas Cook AG, organizamos una visita a la Costa del Sol de con la intención de preparar un nuevo programa para la Costa del Sol, renovando su oferta de hoteles, diferenciando su programa según los distintos públicos objetivos, además de introducir conceptos nuevos relacionados con el interior de la provincia y productos relacionados con la cultura, deportes, spa, bienestar y familias. Nuestros objetivos al colaborar esta visitas se centraron en colaborar con este touroperador, el segundo más grande de Europa, y con un peso significativo en el mercado alemán; convencer a los responsables de Thomas Cook AG del potencial de crecer en nuestro destino, no solo en volumen de negocio, sino también durante la temporada baja y despertar interés de crear una oferta más diversificada, y más acorde con la demanda del mercado alemán. Quedaron encantados y muy agradecidos con la visita, que a pesar de ser un día bastante lluvioso e intenso con visitas a muchos pueblos de la Serranía de Ronda, estaban realmente sorprendidos por la belleza de la zona. Al tener como objetivo de la visita ofrecer nuevos atractivos de nuestro destino en una nueva presentación para los representantes de Thomas Cook en Alemania, encontraron muchas razones para poder potenciar el interés de sus clientes sobre la Costa del Sol. Entre ellas, la riqueza cultural y gastronómica que ofrece la Costa del Sol y la variedad de segmentos por descubrir, como es el de interior, cultural, city break, etc. Gracias a esta visita, se llevaron una impresión muy distinta y mucho más positiva de la que anteriormente tenían sobre la Costa del Sol. Como seguimiento, se les ha enviado información actualizada de nuestro destino en modo de presentación, así como un vídeo promocional sobre la parte más cultural y monumental de la Costa del Sol, y acceso a las imágenes en nuestra web para poder completar su presentación en Alemania.
- ⇒ **30 de abril al 3 de mayo – Arabian Travel Market (Dubai).** La edición de 2012 de esta feria ha registrado un crecimiento de visitantes en torno a un 8% respecto a la edición anterior, recibiendo más de 17.000 visitantes durante las cuatro jornadas de feria, así como un incremento del 7% de expositores para un total de 2.400 y 82 nuevas empresas, con 54 pabellones nacionales y representación de 87 distintas nacionalidades de todo el mundo. El objetivo principal de la asistencia a este evento ha sido promocionar la amplia oferta turística de la Costa del Sol, respondiendo a la demanda existente desde Oriente Medio hacia el destino Costa del Sol, con el objetivo de identificar nuevas oportunidades de comercialización y promoción, conocer con mayor detalle la estructura y comportamientos de dichos mercados y previsiones del mercado emisor tanto a nivel nacional como regional. El Patronato de Turismo, junto con la Cámara de Comercio de Málaga, ha puesto a disposición de un total de 12 empresas locales (representando el



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

mayor volumen de empresariado a nivel nacional) dos mostradores y dos mesas de trabajo dentro del stand habilitado por Turespaña. El mercado emisor turístico de Medio Oriente está copado principalmente por los destinos españoles de Barcelona/Madrid y Andalucía (sobre todo Costa del Sol en período vacacional). Además del atractivo implícito del que disfrutaban las grandes capitales europeas, clima, oferta cultural y gastronómica, así como de importantes eventos deportivos, tanto Madrid como Barcelona se beneficiarán de tener conexión directa con Dubai gracias a la apuesta por parte de la aerolínea Emirates, la cual anunció durante el pasado mes de enero sus planes para la temporada 2012/2013, durante la cual duplicará las frecuencias existentes a Madrid (pasando de 1 a 2 frecuencias diarias Dubai-Madrid) y operando a un nuevo destino, Barcelona, un vuelo directo diario a partir de próximo 3 de julio con planes de operar durante todo el año. Hacia el destino Málaga-Costa del Sol, por el momento no se apuesta por una conexión directa Dubai-Málaga por parte de la aerolínea, aunque se trabajará y se hará seguimiento con el objetivo de facilitar a Emirates todos aquellos argumentos necesarios para que en futuro a corto plazo esta aerolínea comience a operar hacia Málaga. De hecho, la principal novedad para el destino Málaga-Costa del Sol es la confirmación por parte del tour operador Emirates Holidays del comienzo de la comercialización del destino Costa del Sol para esta temporada 2012, a través de su DMC en España Pegasus-Pegatur.

- ⇒ **30 de abril al 3 de mayo – Fam-trip Singapore Airlines.** Atendiendo a una petición de la Oficina Española de Turismo del Sureste Asiático, con base en Singapur, este Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, organizó un viaje de familiarización para periodistas y agentes de viaje procedentes de este mercado. También colaboraron los ayuntamientos de Málaga y Marbella. Gracias al acuerdo firmado por la OET de Singapur y la prestigiosa aerolínea Singapore Airlines, en el cual se centran en la promoción de España como destino turístico para los mercados de Indonesia y Singapur, se pudo llevar a cabo esta visita de tan importantes medios de comunicación y agentes de viaje del sector de lujo. El proceso de selección para la invitación a estos profesionales, fue llevado a cabo tanto por la OET como por la aerolínea, ambos bastante selectivos a la hora de elegir los medios de comunicación así como las agencias y touroperadores. El grupo estuvo compuesto por un total de 15 participantes, con 5 periodistas y 10 agentes de viaje y touroperadores. Nuestro objetivo no fue otro que seguir promoviendo estos mercados emergentes y aprovechar este tipo de sinergia entre línea aérea y OET, sobre todo cuando nos están brindando la posibilidad de posicionarnos como un destino de lujo. El programa fue muy completo y cubrió todas las necesidades que los profesionales y la OET solicitaron en primer lugar. En cuanto al “feedback” de este grupo, en general quedaron impresionados con la ciudad de Málaga y las posibilidades que ofrece el destino, especialmente para los clientes de alto nivel adquisitivo. Tuvieron ocasión de visitar los hoteles de 5 estrellas más emblemáticos de nuestro destino y experimentaron la gran calidad en el servicio, spas, situación, etc., además de la variedad en la gastronomía. La mayoría de los participantes eran musulmanes, por lo que se eliminó el cerdo en todos los menús previstos. Para ellos es muy importantes que existan restaurantes con comida Halal.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

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.