



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS

PATRONATO DE TURISMO DE LA COSTA DEL SOL **ENERO – FEBRERO 2009**

- ⇒ **15 de enero – Presentación Formadores TUI Inside Alemania.** Con motivo de la firma del convenio entre Turismo Andaluz y el grupo alemán TUI AG, el pasado año se creó una acción denominada TUI Inside 2008-2009. Se trata de una acción promocional exclusiva y sin precedentes en ningún destino turístico español por la cual TUI centrará su acción de marketing más relevante en el destino Andaluz a raíz de la firma de un acuerdo de colaboración entre este tour operador y el ente de promoción turística de nuestra comunidad autónoma. Dentro de las acciones que comprenden este evento, se llevará a cabo un proceso de entrenamiento y de aprendizaje sobre Andalucía como destino turístico prioritario para TUI dirigido a todas sus agencias de viajes alemanas (11.000 agencias), impartidos por “expertos” en Andalucía que han de conocer tanto el destino como el producto de TUI. A tal fin se desplazaron a nuestra comunidad autónoma una selección de 15 formadores del grupo TUI quienes deben recibir la formación adecuada para posteriormente llevar a cabo a su vez la formación de los agentes de viajes alemanes. Dentro del programa de formadores se incluyó una presentación de Andalucía y, a petición de Turismo Andaluz, otra de la Costa del Sol.
- ⇒ **18 de enero – Royal Caribbean.** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol recibió a un primer grupo de agentes de viajes compuesto por 60 profesionales del sector de la zona de Madrid y Castilla-León, en una acción conjunta con el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, Royal Caribbean y AVE-RENFE. Está previsto atender la visita de otros grupos en el primer semestre del año. El objetivo que se persigue con esta acción no es otro que aprovechando la escala que el buque Brillance of the Seas hace periódicamente en Málaga, mostrar a agentes de viajes nacionales la oferta de nuestro destino. La importancia de este segmento es innegable, tal y como se ha puesto de manifiesto en la reciente rueda de prensa en la que se ha presentado el balance turístico del 2008, y por este motivo las administraciones mencionadas están concienciadas en la necesidad de potenciar un segmento en auge cuyos resultados son indiscutibles. A este respecto hay que decir que durante el pasado ejercicio llegaron a Málaga 268 cruceros con un total de 353.248 pasajeros, cifra que supone un incremento del 12,61% en el número de cruceros y del 21,08% en los que a los pasajeros se refiere.
- ⇒ **21 al 24 de enero – “Andalucía ven volando” (Dublín).** “Andalucía ven volando”, organizada por Turismo Andaluz y que se desarrollará en una veintena de ciudades europeas, es una acción promocional pionera que pretende potenciar la imagen turística de un destino líder como Andalucía en cada una de las ciudades que, a priori, figuran como principales destinos turísticos de origen y, a su vez, poseen conexiones aéreas con nuestra comunidad autónoma al objeto de atraer tanto a potenciales visitantes como a los ya consolidados en nuestra provincia. Se ejecutan una serie de acciones en cada una de las ciudades seleccionadas, estando localizadas las mismas en puntos de abundante afluencia de potenciales visitantes. La acción se compone de un total de nueve stands representando cada una de las provincias andaluzas y nuestra comunidad autónoma. Cada una de las provincias está representada por su correspondiente Patronato a excepción del stand autonómico representado por Turismo Andaluz. En Dublín la acción



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

se llevó a cabo en The Blanchardstown Shoppin Center donde, desde el stand del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, ofrecimos asesoramiento e información con el fin de atraer tanto a los potenciales visitantes como a los turistas ya consolidados en nuestra provincia. En cuanto a la afluencia de público que pasó por el espacio habilitado en The Blanchardstown Shoppin Center, podemos decir que resultó muy satisfactoria cifrándose alrededor de las 2.000 personas las contactadas tanto directa como indirectamente bien sea atendiendo una petición personalizada o bien ofreciendo simplemente material corporativo.

- ⇒ **21 al 25 de enero – BTL (Lisboa).** Se trata de una feria internacional abierta exclusivamente a profesionales en la cual se dan cita todos los segmentos turísticos. El Patronato se encontraba ubicado en el espacio reservado por Turismo Andaluz en el Pabellón 4. El stand tenía una zona de mostradores y otra zona donde se realizaron una serie de presentaciones a agentes de viajes por parte de Turismo Andaluz. Como viene siendo habitual, la Oficina Española de Turismo de Lisboa presentó un estudio sobre el mercado portugués que informa sobre los mayoristas que venden la Costa del Sol, el perfil del turista al cual venden y cuantas páginas dedican en sus folletos a nuestro destino. Abreu sigue siendo una de las mayoristas que más y mejor nos venden, la mayorista Mundo Vip y Top Atlantico que al parecer siguen a Abreu, han bajado un poco sus ventas en Andalucía. Todas ellas tienen sus productos centrados básicamente en estancias, cubren un gran abanico de clientes, desde aquellos que se alojan en hoteles de tres estrellas hasta los que prefieren algo más exclusivo. Este año hemos podido saber de primera mano y gracias a las distintas presentaciones realizadas que la crisis se está notando bastante en el país vecino, aunque Abreu sigue creciendo y tiene previsto abrir dos nuevas oficinas para este año 2009. Abreu dedica un capítulo importante al tema de hoteles con spa y con centros de thalasso y también está incluido claramente nuestro destino.

- ⇒ **22 de enero – Presentación Página web al Ayuntamiento de Archidona.** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, dentro de su proyecto de dar a conocer la página web www.visitacostadelsol.com y captar las necesidades de las personas que utilizan nuestra web en su trabajo diario, se desplazó a Archidona con el fin de realizar una presentación de dicha página. Se comenzó con una breve introducción de la web y analizando el grado de conocimiento de la misma por parte de los asistentes. Asimismo, se les habló del Contact Center como recurso más destacado dentro del área turística. Les pareció un servicio muy atractivo y útil para cualquier turista y para ellos mismos a la hora de desempeñar su trabajo. Dentro del área profesional se habló principalmente de la descarga de imágenes, de la sección de formación y empleo y de la nueva herramienta de composición de textos de la que se hizo una demostración de cómo usarla. También se repasaron todos los informes y estadísticas a los que pueden acceder dentro de esta área. La presentación sirvió en esta ocasión para dar a conocer la web como herramienta de trabajo y plataforma para promocionar los recursos y atractivos turísticos de todos los municipios, además de para hacerle saber que pueden ponerse en contacto con el Patronato de Turismo para solicitar ayuda o información por ejemplo usando el Contact Center.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **23 al 25 de enero – Holiday World (Dublín).** El Patronato Provincial de Turismo de la Costa del Sol ha estado presente recientemente en la feria Holiday World en Dublín, en la que participó junto con Turismo Andaluz y dentro del stand de Turespaña. El objetivo principal de la asistencia a este evento, ha sido el de hacer seguimiento de las preferencias de destino de los turistas irlandeses y promocionar la amplia oferta turística de la Costa del Sol y nuestros productos, especialmente haciendo hincapié en los productos de golf y sol y playa, siendo los más demandados por el turista irlandés. Holiday World es la principal feria del sector turístico de Irlanda, organizada por la Asociación de Agencias de Viaje Irlandesas (ITAA) que ha celebrado este año su 19ª edición. Siendo la cita turística más importante de Irlanda, este año ha acogido a 600 expositores y unos 2.000 profesionales procedentes de 70 países diferentes. Destacar que la economía irlandesa se ha deteriorado gravemente el último año, a medida que la crisis en el sector de la construcción se ha extendido a la mayoría de los sectores económicos y la caída de la demanda exterior ha llevado a una disminución de las exportaciones. Las líneas aéreas siguen siendo el principal motor del aumento de los viajes a España. En este sentido, la ruta de Aer Lingus Belfast-Málaga, tiene previsto aumentar su frecuencia en la programación de verano. Los expertos del sector opinan que es muy difícil que las familias renuncien a sus vacaciones anuales en el extranjero, por lo que confían que esta parte de la demanda se mantenga.
- ⇒ **26 al 27 de enero – FITUR Congresos (Madrid).** Feria organizada por IFEMA en colaboración con Turespaña a través de sus Oficinas Españolas de Turismo. Esta feria tiene lugar los días previos a FITUR general y suele contar con una amplia participación de empresas privadas y públicas del sector de turismo de reuniones de toda España. Nuestro objetivo al participar en esta feria no ha sido otro que el de promocionar la Costa del Sol informando de las últimas novedades que hay en el destino: nuevos hoteles y reaperturas, venues, AVE Madrid-Málaga, ampliación del aeropuerto, nueva ronda de circunvalación, puerto de Málaga, nueva oferta museística de Málaga, etc. El formato de esta feria es un sistema de citas concertadas con los compradores, a través de la organización, siendo los compradores los que reciben a los vendedores en su mesa de trabajo durante 15 minutos. El primer día los compradores procedían de Europa y las citas se concertaron, principalmente con empresas italianas, alemanas y francesas. En la segunda jornada, dedicada a países del resto del mundo, la mayoría de las citas fueron concertadas principalmente con compradores de EE. UU., Canadá y mercados emergentes.
- ⇒ **28 al 31 de enero – “Andalucía ven Volando” (Edimburgo).** “Andalucía ven volando”, organizada por Turismo Andaluz y que se desarrollará en una veintena de ciudades europeas, es una acción promocional pionera que pretende potenciar la imagen turística de un destino líder como Andalucía en cada una de las ciudades que, a priori, figuran como principales destinos turísticos de origen y, a su vez, poseen conexiones aéreas con nuestra comunidad autónoma al objeto de atraer tanto a potenciales visitantes como a los ya consolidados en nuestra provincia. Se ejecutan una serie de acciones en cada una de las ciudades seleccionadas, estando localizadas las mismas en puntos de abundante afluencia de potenciales visitantes. En esta ocasión, la acción se localizó en el centro comercial Ocean Terminal de Edimburgo, edificio que se encuentra junto al puerto, a unos 20 minutos del centro de la ciudad. El centro comercial Ocean Terminal cuenta con



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

más de 70 tiendas, un centro de spa, un área recreativa para niños, un parque de deportes urbanos, multicines y como principal baza, The Royal Yacht Britannia, una de las mayores atracciones de Edimburgo. En cuanto a la afluencia de público, finalmente se confirmó la previsión de un número pobre de usuarios finales ya que el centro comercial cuenta con una asistencia semanal en torno a los 120.000 según informe reportado por la empresa encargada de la organización del evento, Contrapunto, uno de los centros con menor asistencia de la campaña. Finalmente atendimos a 600 personas.

⇒ **28 de enero al 1 de febrero – FITUR (Madrid).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol acudió un año más a la Feria Internacional de Turismo, FITUR, en su XIX edición. El stand presentado por el Patronato estuvo en la línea de años anteriores: un espacio pensado para ser el punto de encuentro de profesionales y curiosos, con funcionales y amplios espacios, predominando el color azul y blanco, imágenes características de nuestro destino que mostraban la gran diversidad que posee la Costa del Sol. Con unos 450 m² y ubicado en el espacio reservado para toda la oferta andaluza, en el pabellón 3. El stand, disponía de una zona expositiva donde, por comarcas, se encontraban distribuidas todas las empresas y municipios que nos acompañaron, además una sala multiusos dedicada a presentaciones, ruedas de prensa y demás. Cuatro cabinas de radio y televisión, así como una sala de trabajo a disposición de nuestros socios. Asimismo, también disponíamos de una zona dedicada a las numerosas degustaciones que se ofrecieron que fue atendida por las Escuelas de Hostelería del IES Rosaleda y Jacaranda. Durante el transcurso de la feria, los técnicos del Patronato mantuvieron encuentros con distintas empresas y se trataron diversos y, además, recibieron innumerables visitas por parte de agentes de viajes y representantes de mayoristas y TT. OO. Podemos calificar el resultado de la feria como positivo, a pesar de las perspectivas de este año. El turista nacional va a ser un año más muy importante para nuestra provincia, además el AVE nos ofrece muchas posibilidades: Madrid, Sevilla, Córdoba, Ciudad Real, Zaragoza, Lérida y Barcelona son algunos ejemplos de ciudades que están aún más cerca. Los propios andaluces, aprovechando los puentes y los fines de semana, arrojan datos muy favorables y las estimaciones nos indican que seguirán siendo muy importantes para nosotros.

⇒ **31 de enero al 5 de febrero – Acción Inversa: agentes de viajes México.** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol colaboró con Turismo Andaluz en una visita de familiarización de 15 agentes de viajes minoristas mexicanos. La petición vino a través de la Oficina Española de Turismo de México. Estos agentes de viajes visitaron España con el fin de asistir a FITUR por lo que una vez finalizada la feria, iniciaron un viaje por Andalucía en colaboración con Paradores de México. El programa incluyó una estancia en la provincia de Jaén, Córdoba, Málaga y Sevilla. Concretamente en Málaga visitaron las ciudades de Antequera y Ronda. Los agentes de viajes quedaron muy agradecidos por nuestra colaboración que valoraron muy positivamente y se mostraron encantados con nuestra gastronomía, riqueza patrimonial, historia y cultura y, muy especialmente, por el trato con que fueron acogidos en nuestra provincia. Este tipo de acciones son ideales para poder contactar con los mediadores entre nuestro destino turístico y el cliente final, además de obtener de primera mano información sobre la situación actual del mercado y qué es lo que más demandan los clientes.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **4 al 7 de febrero – “Andalucía ven Volando” (Liverpool).** “Andalucía ven volando”, organizada por Turismo Andaluz y que se desarrollará en una veintena de ciudades europeas, es una acción promocional pionera que pretende potenciar la imagen turística de un destino líder como Andalucía en cada una de las ciudades que, a priori, figuran como principales destinos turísticos de origen y, a su vez, poseen conexiones aéreas con nuestra comunidad autónoma al objeto de atraer tanto a potenciales visitantes como a los ya consolidados en nuestra provincia. Se ejecutan una serie de acciones en cada una de las ciudades seleccionadas, estando localizadas las mismas en puntos de abundante afluencia de potenciales visitantes. En esta ocasión, la acción se localizó en el centro MetQuarter de Liverpool que se encuentra situado en pleno centro de la ciudad, próximo a la estación de autobuses y a la estación central de trenes en un área que reúne a los mayores centros comerciales de la ciudad, siendo esta zona un importante núcleo comercial bastante transitado. En cuanto a la afluencia de público, resaltar que MetQuarter representa uno de los centros comerciales con menor afluencia de la gira ya que cuenta con una asistencia semanal de unos 60.000 usuarios, según informe reportado por la empresa encargada de la organización del evento, Contrapunto. En definitiva, la localización se vio favorecida por el tránsito de público dentro del recinto por lo que podemos calificar la misma como adecuada aunque considerablemente afectada por el poco paso de usuarios, unos 60.000, así como por el perfil económico de los mismos.
- ⇒ **6 al 14 de febrero – Caravan Transat (Montreal, Québec, Toronto y Vancouver).** Un técnico del Patronato de Turismo se desplazó a Canadá para participar en las jornadas profesionales organizadas por segundo año consecutivo por el tour operador Transat en las ciudades de Montreal, Québec, Toronto y Vancouver. El objetivo primordial de nuestra presencia en dichas jornadas fue el de promocionar a los empleados de Transat y a sus agencias colaboradoras información exhaustiva sobre el destino Costa del Sol continuando, con la formación de agentes de viajes acerca del destino. Se trata de mantener la Costa del Sol en el punto de mira y promover nuestra provincia como un destino turístico de alta calidad en Europa para el mercado canadiense y con ello maximizar las ventas durante toda la temporada. Las jornadas consistieron en diferentes tipos de talleres de trabajo en todas las ciudades y visitas a las oficinas de Transat en Montreal y Toronto, incluyendo almuerzos o cóctel según el caso. El grupo Transat es una compañía radicada en Québec con sede en Montreal que dispone de oficinas en Canadá, Francia y Reino Unido. Es el tour operador más importante de Canadá y uno de los 10 más grandes del mundo. Fundado en la década de los 90, cuenta con presencia en Montreal, Toronto, Vancouver, Halifax, la ciudad de Québec y Calgary. Además, es a su vez una compañía aérea siendo el único que opera por el momento vuelos directos a España y comercializa diferentes paquetes turísticos en su catálogo.
- ⇒ **7 al 11 de febrero – Confec Red (Malta).** El Patronato de Turismo, a través de su Convention Bureau, participó en este encuentro exclusivo con compradores del Reino Unido y vendedores de toda Europa. A nivel de compradores estuvieron presentes casas de incentivos, venue finders y corporates de distintos sectores industriales procedentes de ambos países. Confec Red funciona con un sistema de citas comprador-vendedor durante dos días de trabajo. Durante esos 2 días tuvimos 19 citas, cada una de 20 minutos de duración, que se aprovecharon para hacer a cada cliente una presentación



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

muy completa del destino Costa del Sol. Este tipo de encuentros nos permite conocer con mayor detalle el perfil del comprador, destinos preferenciales, tipo de clientes con los que trabaja, tipo de negocio que mueven, etc. Reino Unido sigue siendo un mercado prioritario para la Costa del Sol en el producto de reuniones e incentivos. La mayoría de los compradores con los que mantuvimos contactos son buenos conocedores de la Costa del Sol y han organizado en diversas ocasiones eventos en el destino. Solo unos pocos clientes no conocían nuestro destino en términos de reuniones e incentivos. Tras las distintas conversaciones mantenidas con los compradores observamos que la crisis y la devaluación de la libra están afectando a los eventos organizados de forma que el budget es más bajo que en años anteriores y que algunas de las empresas están realizando sus eventos y reuniones dentro de Reino Unido en lugar de hacerlo en otros países como venía sucediendo hasta el momento.

- ⇒ **8 de febrero – Premios Awards Royal Caribbean.** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol ha colaborado con los premios Awards de Royal Caribbean, premios de carácter anual que esta compañía de cruceros otorga a las agencias de viaje que mayor número de ventas de esta compañía ha realizado. En esta edición los premiados fueron invitados a una travesía por el mediterráneo en el buque “Brilliance of the Seas”, embarcando en Barcelona el día 6 de febrero y desembarcando en Málaga el 8 de febrero. Una vez desembarcado el grupo, compuesto por 60 agentes de viaje procedentes de toda España y 14 empleados de Royal Caribbean entre los que se encontraban el director Comercial, el director de Formación y los delegados de la zona, disfrutó de una agradable visita a la ciudad de Málaga que incluyó algunos de sus principales atractivos como el Museo Picasso, la Alcazaba y el centro histórico de la ciudad. Para ello contamos con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.
- ⇒ **10 al 11 de febrero – Radio Televisión Portuguesa.** Turismo Andaluz solicitó nuestra colaboración para la visita a nuestra provincia de un equipo de la televisión portuguesa RTP, formado por dos reporteros (Eduardo Ghisi y Dalia Madruga), un asistente del tour operador portugués Abreu y un guía correo de Turismo Andaluz. El equipo realizó un viaje por Andalucía, concretamente por las ciudades de Sevilla, Córdoba, Granada y Málaga, con el objetivo de recoger imágenes para el programa de la RTP “Isto so Visto”. Se trata de un programa semanal dirigido a un público familiar de contenido generalista, que incluye la emisión de destinos turísticos. El mismo se emite en las Islas Azores, Madeira, África y todos los países de idioma oficial portugués y resto del mundo por la RTP Internacional. El Patronato de Turismo les gestionó el alojamiento y tramitó los permisos y todos los requisitos previos al rodaje a través de Málaga Film Office. Igualmente, y en colaboración con el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga que les facilitó un guía, coordinamos una visita para grabar imágenes de Málaga capital y del Museo Picasso.
- ⇒ **11 al 14 de febrero – “Andalucía ven Volando” (Manchester).** “Andalucía ven volando”, organizada por Turismo Andaluz y que se desarrollará en una veintena de ciudades europeas, es una acción promocional pionera que pretende potenciar la imagen turística de un destino líder como Andalucía en cada una de las ciudades que, a priori, figuran como principales destinos turísticos de origen y, a su vez, poseen conexiones aéreas con nuestra comunidad autónoma al objeto de atraer tanto a potenciales visitantes



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

como a los ya consolidados en nuestra provincia. Se ejecutan una serie de acciones en cada una de las ciudades seleccionadas, estando localizadas las mismas en puntos de abundante afluencia de potenciales visitantes. En esta ocasión, la acción se localizó en el centro comercial Arndale de Manchester. Esta galería comercial se encuentra situada en pleno centro de la ciudad, la zona más comercial de la ciudad ya que en ella se encuentran ubicadas grandes galerías como las correspondientes a Debenhams o Primark, entre otras. El edificio se encuentra en una zona peatonal cercana a Picadilly Station (principal estación ferroviaria), perfectamente comunicada tanto por autobús como por tranvía. En cuanto a la afluencia de público en general al espacio habilitado dentro del centro comercial Manchester Arndale, decir que atendimos alrededor de 2.000 potenciales visitantes a nuestra provincia que fueron atendidos tanto directa como indirectamente desde el stand de la Costa del Sol.

- ⇒ **16 al 19 de febrero – Jornadas Profesionales Andalucía en España I (Badajoz, Salamanca, Cáceres y Valladolid).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en estas jornadas profesionales organizadas por Turismo Andaluz con la finalidad de contactar directamente con los agentes de viajes de cada una de las ciudades visitadas. A tal fin se organizó un taller de trabajo de aproximadamente dos horas de duración, en el transcurso del cual ofrecimos información del destino. Además nos dio la posibilidad de conocer de primera mano cuales son las preferencias de los clientes y la situación actual del mercado. Tras el taller de trabajo se ofreció una cena típicamente andaluza que en esta ocasión fue ofrecida por el catering de Sevilla “Cobos”. La asistencia en todas las ciudades fue muy buena: 72 personas en Badajoz, 55 en Cáceres, 97 en Salamanca y 115 en Valladolid. Como conclusión, decir que podemos estar satisfechos de estas primeras jornadas ya que pudimos comprobar que pese a la situación actual, el mercado nacional sigue con la intención de viajar, aunque con cierta reducción quizás en el número de días. Las empresas que nos acompañaron también salieron satisfechas del encuentro y creen que es una promoción muy interesante para ellos.
- ⇒ **17 al 18 de febrero – TCTV Webcasting Travel Counsellors (Bolton, Manchester).** Técnicos del Patronato de Turismo de la Costa del Sol se desplazaron a las oficinas de Travel Counsellors en Bolton, Manchester, para ofrecer a todos los asesores de viajes de la cadena un curso intensivo de la Costa del Sol, siendo retransmitido en diferido para los asesores de EE. UU., Sudáfrica, Australia, Irlanda, Alemania y Países Bajos. Travel Counsellors es una empresa líder en el sector de agencias de viajes independientes en el Reino Unido que se especializa en la gestión de viajes tanto privados como para el sector PYMES. A diferencia de las agencias de viajes convencionales, cuenta con una red de aproximadamente 1.000 asesores de viajes personales que trabajan desde sus casas. Durante dicho curso se desarrolló una presentación específica con propuestas personalizadas, de manera que los asesores puedan sacar el mayor provecho de ella. De esta forma, el curso no sólo ofreció información genérica del destino, sino que se centró en la oferta de productos concretos, productos que Travel Counsellors ya comercializa a través de su propio sistema Phenix, ofreciendo premios a través de un concurso que con premios de estancia en las propiedades que tienen contrato directo con Travel Counsellors. Este programa fue en diferido y pudieron visionarlo todos los asesores de viaje de la compañía en primicia el



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

martes 24 de febrero. Posteriormente podrán acceder al seminario en cualquier momento a través de un enlace disponible en la intranet de Travel Counsellors.

- ⇒ **17 al 19 de febrero – Presentación destino Costa del Sol en Alemania (Stuttgart, Wiesbaden y Frankfurt).** El Convention Bureau del Patronato de Turismo de la Costa del Sol realizó una promoción puerta a puerta en Alemania, concretamente en las ciudades de Stuttgart, Wiesbaden y Frankfurt. El objetivo fue el de establecer nuevos contactos y dar a conocer la oferta existente en Costa del Sol en otras zonas de Alemania, con objeto de continuar promocionando el destino en un mercado que sigue siendo importantísimo para España en general y para Andalucía en particular. Con la idea de difundir la oferta en todo el país, el año pasado se realizaron varios puerta a puerta en Munich, Colonia y Düsseldorf, mientras que para 2009 se han planificado diversas acciones en las tres ciudades ya visitadas, así como en Berlín y Hamburgo. Esta acción promocional consistió en la visita y presentación del destino Málaga-Costa del Sol a 13 casas de incentivo, agencias organizadoras de eventos, empresas consultoras, de marketing y comunicación, así como una empresa del sector de la banca y servicios financieros. Se ha considerado interesante que los clientes conozcan tanto el destino en general como algunas muestras del producto existente en Costa del Sol, por lo que nos acompañaron dos hoteleros y un DMC que pudieron vender de primera mano sus productos y servicios. Por otro lado, el viernes 20 de febrero se mantuvo una reunión con la Oficina Española de Turismo en Frankfurt con el objetivo de conocer la situación actual que atraviesa el mercado de reuniones e incentivos alemán, intercambiar ideas y presentar la últimas novedades del destino.
- ⇒ **18 al 20 de febrero – XXII Reunión Nacional de OPC (Toledo).** Toledo fue durante los días 18 al 20 de febrero el escenario de la XXII Edición de la Reunión Nacional de OPC (Federación Española de Empresas Organizadoras Profesionales de Congresos), siendo la primera vez que una ciudad de Castilla-La Mancha ejercía de anfitriona de este encuentro. El entorno de la inversión, la continuidad de las PYMES, la sostenibilidad en los congresos, la arquitectura efímera o la imagen de los OPC en los medios de comunicación fueron los de los temas destacados del programa científico de esta edición. La ciudad de Málaga acogerá en el 2010 la XXIII edición de esta reunión. De nuevo una alianza de marketing trabaja ahora conjuntamente para poder ofrecer el mejor programa social y científico para el 2010. Esta alianza está formada por Turespaña, Turismo Andaluz, el Convention Bureau de la ciudad de Málaga y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol a través de su Convention Bureau. RENFE, el Palacio de Ferias de Málaga y los hoteles Barceló Silken y Monte Málaga también colaboran en este proyecto.
- ⇒ **18 al 21 de febrero – “Andalucía Ven Volando” (Frankfurt).** Andalucía ven volando“, organizada por Turismo Andaluz y que se desarrollará en una veintena de ciudades europeas, es una acción promocional pionera que pretende potenciar la imagen turística de un destino líder como Andalucía en cada una de las ciudades que, a priori, figuran como principales destinos turísticos de origen y, a su vez, poseen conexiones aéreas con nuestra comunidad autónoma al objeto de atraer tanto a potenciales visitantes como a los ya consolidados en nuestra provincia. Se ejecutan una serie de acciones en cada una de las ciudades seleccionadas, estando localizadas las mismas en puntos de abundante afluencia de potenciales visitantes. En esta ocasión, la acción se localizó en el centro



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

comercial Hessen de Frankfurt. Este centro se encuentra situado a 30 minutos del centro de la ciudad, conectado principalmente por el servicio de cercanías de la estación central de la capital alemana. En relación a la afluencia de público en general al espacio habilitado dentro del centro comercial Hessen de Frankfurt, decir que atendimos alrededor de 1.500 potenciales visitantes a nuestra provincia que fueron atendidos tanto directa como indirectamente desde el stand de la Costa del Sol.

- ⇒ **19 de febrero – Premios Excellence en Cruceros (Málaga-Costa del Sol).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol colaboró activamente en la segunda entrega de los “Premios Excellence en el Sector Cruceros” que tuvo lugar en Málaga y que reunió en la capital costasoleña a 150 directivos de las principales navieras que operan por el Mediterráneo, agentes de viajes especializados y responsables de diferentes puertos bañados por este mar. Los premios son el resultado de una encuesta entre más de 4.500 cruceristas de treinta barcos que eligen a los galardonados en las catorce categorías establecidas. Tres años lleva el puerto de Málaga creciendo en volumen de cruceristas a un ritmo de dos dígitos y por encima de un 20%. Esta velocidad de crucero le ha llevado a ser el recinto portuario del Mediterráneo que mantiene la mayor tendencia al alza. En este sentido, el auge de este sector en la capital ha acelerado las previsiones, que se realizaron con la puesta en marcha de la estación marítima el pasado ejercicio, de superar el medio millón de cruceristas en 2012, número que, según aseguró el presidente de la Autoridad Portuaria, se alcanzará en 2010. De destacar es que la crisis no está afectando a los viajes por alta mar. De ahí, que para 2009 se mantengan las cifras de que atracarán 350 buques con 450.000 pasajeros, lo que supondrá un 27% más que en 2008 en el que se creció un 20% sobre el periodo anterior.
- ⇒ **24 al 25 de febrero – Revista “Blue Blanc”.** Turismo Andaluz, a petición de la Oficina Española de Turismo en México, solicitó colaboración a este Patronato de Turismo en el viaje a nuestra comunidad autónoma de la editora y un fotógrafo de la revista “Blue Blanc”. Se trata de una revista de viajes de periodicidad mensual, destinada a lectores de perfil profesional alto. A cambio de nuestra colaboración, se comprometieron a dedicarnos la portada y el artículo principal de mes de mayo. En nuestra provincia visitaron las localidades de Archidona y Antequera para lo cual este Patronato de Turismo gestionó visitas guiadas con personal de los respectivos ayuntamientos.
- ⇒ **25 al 28 de febrero – “Andalucía ven Volando” (Hamburgo).** Andalucía ven volando“, organizada por Turismo Andaluz y que se desarrollará en una veintena de ciudades europeas, es una acción promocional pionera que pretende potenciar la imagen turística de un destino líder como Andalucía en cada una de las ciudades que, a priori, figuran como principales destinos turísticos de origen y, a su vez, poseen conexiones aéreas con nuestra comunidad autónoma al objeto de atraer tanto a potenciales visitantes como a los ya consolidados en nuestra provincia. Se ejecutan una serie de acciones en cada una de las ciudades seleccionadas, estando localizadas las mismas en puntos de abundante afluencia de potenciales visitantes. En esta ocasión, la acción se localizó en el centro comercial Alstertal de Hamburgo situado a 30 minutos del centro de la ciudad, conectado principalmente por el servicio de cercanías de la estación central de la capital alemana. En él se ubican más de 200 firmas distribuidas a lo largo de tres plantas en las que se compone el recinto, excluyendo otras dos destinadas al aparcamiento de los usuarios. En



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

lo concerniente a la afluencia de público en general al espacio habilitado dentro del centro comercial Alstertal de Hamburgo, decir atendimos alrededor de 1.700 potenciales visitantes a nuestra provincia que fueron atendidos tanto directa como indirectamente desde el stand de la Costa del Sol.

- ⇒ **26 de febrero al 1 de marzo – XI Asamblea General del Grupo Europa (Gijón).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó por quinto año consecutivo en la Asamblea General del Grupo Europa, siendo pioneros entre todos los Patronatos de Turismo en colaborar con dicho grupo. Como en años anteriores, participamos en las diferentes sesiones de trabajo que tuvieron lugar en la jornada del día 27 de febrero en el Palacio de Congresos de la ciudad asturiana donde, a instancias del presidente del Grupo Europa, tuvimos oportunidad de dirigirnos a los asistentes a la asamblea. Estas jornadas sirvieron también para contactar con la mayorista Costas Galicia la cual pretende fletar una serie de vuelos charters durante los meses de junio a septiembre y quieren nuestra colaboración a la hora de elaborar los mejores programas para sus clientes. Quedamos emplazados para sucesivas conversaciones a medida que vayan avanzando en el desarrollo del proyecto. Este grupo nace en el año 2000 con más de 200 puntos de venta. La evolución sufrida en estos nueve años es significativa ya que actualmente cuenta con cerca de 500 puntos de venta y unas 340 centrales. Esto nos hace tener la certeza de que la colaboración años tras año con ellos nos da la oportunidad de dar a conocer nuestro destino a un número importante de agentes de viajes. Además de unos años a esta parte, se viene realizando también un pequeño taller de trabajo durante los descansos de las diferentes sesiones lo que nos brinda la oportunidad de llevar nuestros folletos y dar información a aquellos que lo solicitan.