



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS

PATRONATO DE TURISMO DE LA COSTA DEL SOL **SEPTIEMBRE – OCTUBRE 2011**

- ⇒ **8 al 11 de septiembre – Visita Familiarización República Checa.** Recibimos en Málaga a un grupo de empresas procedentes de la República Checa, representantes de los sectores tecnológico, banco y finanzas, consultaría y software, con el objetivo de mostrarles parte de la oferta hotelera, congresística, cultural, gastronómica y de ocio existente para la organización de sus reuniones, presentaciones de producto, convenciones e incentivos. Esta acción promocional se llevó a cabo conjuntamente con el departamento de reuniones e incentivos de la agencia Senator Travel de Praga que aportaron los clientes. Se trata de un mercado potencial e interesante donde comenzar a promocionar la marca Málaga-Costa del Sol, como también lo están siendo países como Polonia, Rusia, etc. Es un mercado que está despertando y que apenas conoce el destino, por lo que es muy interesante enseñarles y “formarles” en la oferta existente, todo les fascina y les parece un destino variado, atractivo y novedoso. Los aspectos que más han valorado han sido la nueva terminal T-3 del aeropuerto de Málaga, la calidad y variedad de la infraestructura hotelera, nuestra gastronomía y en especial la variada oferta de actividades que se pueden realizar tanto en la costa como en el interior de la provincia. También están interesados en las actividades de responsabilidad social corporativa. Buscan destinos de playa que dispongan de buenas infraestructuras para reuniones, de ahí que Málaga-Costa del Sol les resulte interesante. El único inconveniente son las conexiones aéreas ya que SmartWings (línea de bajo coste) sólo tiene vuelo directo Málaga-Praga en los meses estivales. Este tipo de acciones inversas son de las más efectivas a nivel promocional ya que no hay nada como que los clientes conozcan de primera mano el destino y puedan experimentar de forma personal lo que Málaga-Costa del Sol puede ofrecerles para la organización de sus eventos.
- ⇒ **9 al 11 de septiembre – Visita Familiarización First Solution.** A petición de Cititravel, socio del Convention Bureau del Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, colaboró en una interesante visita de familiarización con agencias organizadoras de reuniones, convenciones e incentivos y empresas procedentes de Alemania, concretamente de las zonas de Hamburgo, Colonia, Berlín y Ravensburg (Korese, Intercom, Carlson Wagonlit Travel-Meetings & Events, Vagedes & Schmid y Kuhlmann International GmbH). Dicha acción la realizaron conjuntamente con su representante alemán First Solution GmbH. Nuestra colaboración consistió en facilitarles un guía para la visita de un día completo a Mijas. Nuestro objetivo previo no fue otro que establecer contactos comerciales con estas agencias de viajes especializadas en el segmento de reuniones e incentivos con el fin de conocer sus necesidades, intereses y presentarles el destino Málaga-Costa del Sol y toda su oferta. Buena calidad de participantes. En opinión de éstos, se aprecia una recuperación del mercado alemán tras la profunda recesión de los últimos años. Para algunos de ellos la situación económica mundial ha repercutido en el número y presupuesto de eventos celebrados, si bien para otros esta situación no ha influido en sus eventos. Estas acciones comerciales son interesantes, no hay nada mejor que los clientes descubran de primera mano el destino y su oferta. Este segmento de basa mucho en experiencias y en una relación directa con el cliente.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **10 de septiembre – V Costa del Sol Masters Madrid (Club Jarama RACE).** El campo de Golf Jarama RACE acogió recientemente un torneo del V Costa del Sol Masters Madrid, de los siete que componen este circuito, con una exitosa participación de 200 inscritos, de entre los cuales se clasificaron las dos parejas de esta eliminatoria que acudirán a la gran final que tendrá lugar próximamente en la Costa del Sol. Una vez más, tanto los jugadores como los socios del club de campo que se encontraban pasando el día en las instalaciones del club con motivo del torneo, mostraron gran interés por nuestro destino, en especial por los campos de golf e instalaciones hoteleras de la Costa del Sol. Gran número de los allí presentes manifestaron conocer nuestro destino, y nos informaron, de este modo, que han jugado en nuestros campos y que durante el año viajan a Málaga en fines de semana y puentes para disfrutar de unas jornadas de golf ya que en Madrid, con más de 96.000 federados, tienen complicado poder jugar tantas veces como les gustaría a ellos. También nos comentaron que algunos son propietarios de casas en nuestra zona por lo que conocen bien nuestro destino. Al igual que en los otros campos se instaló una mesa de punto de información con material promocional de los socios del Patronato de Turismo, que vienen colaborando durante todo el circuito con premios como green fees, fines de semana, circuitos de spa, etc. Antes de proceder a la entrega de trofeos y el cóctel, se realizó una presentación del destino Costa del Sol-Costa del Golf en el que se hizo especial hincapié en la mejora en las comunicaciones y la cercanía del destino ante la puesta en funcionamiento desde diciembre 2007 del corredor AVE-RENFE Madrid-Málaga-Madrid, así como de los nuevos proyectos de infraestructura y novedades que cada año van haciendo que el destino Costa del Sol-Costa del Golf sea un referente en continua innovación.
- ⇒ **21 al 25 de septiembre – Visita Familiarización Turkish Airlines.** Colaboración con este grupo formado por 9 operadores y 3 representantes de Turkish Airlines en visita por Andalucía. Turkish Airlines está experimentando un avance significativo, no sólo en términos de rentabilidad y crecimiento institucional sino también en lo relativo a la calidad del servicio, según los resultados de la evaluación de Skytrax considerados como los scars del sector de la aviación. El 2009 fue elegida mejor aerolínea del sur de Europa, mismo premio que recibió en 2010. Nuestro objetivo al colaborar en esta visita no fue otros que difundir la oferta de "Andalucía sin maletas" teniendo como base Málaga y realizando excursiones diarias a diferentes municipios de la provincia y Andalucía. Otra línea de actuación es el producto deportivo, que en el caso de Málaga y su equipo de fútbol ha creado una gran expectación en Turquía y con lo que esta línea aérea esta muy comprometida siendo, de hecho, patrocinador y aerolínea oficial del Barcelona FC desde diciembre de 2009, del Manchester United FC desde marzo de 2010 y de la Euroliga desde octubre de 2010. Apoyo a esta aerolínea que comenzó a volar el pasado marzo desde Estambul a Málaga 3 veces por semana, incrementando a 4 frecuencias por semana el pasado verano y que, la inclusión de Málaga en los catálogos turcos les facilitaría su intención de ampliar su frecuencia a un vuelo diario. A tener en cuenta la situación geográfica de Estambul que facilita las conexiones con Oriente Medio, Asia y Rusia.
- ⇒ **22 de septiembre – Presstrip “Lifestyle” Singapur.** A petición de la Oficina Española de Turismo en Singapur, colaboramos en el viaje a nuestra provincia del periodista Ling Doh Kin, personaje muy popular en el país ya que posee un blog de viajes en chino, con



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

18.000 seguidores, de entre 25 y 35 años, en toda la zona de Singapur, Malasia, China, Hong Kong y Taiwán. El periodista vino acompañado por el Dr. Les Buckley, editor de la revista, quién, a su vez, se encarga de la parte gastronómica de los artículos. El planning de viaje incluía una escapada por España de 15 días con visitas a Barcelona, Madrid, Toledo, Sevilla, Granada, Córdoba y Málaga, siendo esta última provincia en la que permanecieron más tiempo, estando alojados, del 21 al 25 de septiembre en la ciudad de Ronda. Nuestro objetivo fue el de presentarles in situ la oferta turística de la ciudad, así como hablarle de los atractivos del destino Málaga – Costa del Sol y facilitarles toda la información posible de cara a la elaboración de un artículo en la versión china de “Lifestyle” de Singapur (revista de estilo dirigida a la comunidad china, que es muy numerosa, con una edición mensual de casi 52.000 ejemplares y dirigida a PMEB, amas de casa y estudiantes), así como en “Lianhe Zaobao” (el diario más leído entre la población china del país, con una publicación diaria de 172.000 ejemplares, con una media de edad de lectores de entre 15 y 50 años). En cuanto a Singapur, podemos destacar que tiene una población muy elevada de altísimo poder adquisitivo. Se trata de un mercado interesante para la Costa del Sol, sobre todo para el segmento MICE. Barcelona y Madrid ya están muy introducidas en este mercado y están captando varios eventos anuales de gran presupuesto y número de personas. Hay que decir que Singapur y su país vecino Malasia, viven la misma situación económica y son base de grandes multinacionales occidentales. En estos países no existe la palabra “crisis” o “recesión”.

- ⇒ **22 al 24 de septiembre – VIII Feria Internacional de Turismo Cultural & City Break (Málaga).** La Feria Internacional de Turismo Cultural & City Break (FITC & CB), la única cita monográfica nacional del sector, cerró sus puertas tras celebrar más de 1.500 citas comerciales entre profesionales del turismo cultural e idiomático. El cambio de formato de la octava edición de la feria, que este año ha optado por un perfil profesional, se ha consolidado como un modelo de éxito que ha sido descrito por las instituciones organizadoras y por los participantes como la fórmula idónea para impulsar la actividad turística cultural. Los dos encuentros de negocio que se han desarrollado en el certamen, el workshop de Turismo Cultural y el de Turismo Idiomático, han puesto en contacto la oferta nacional con compradores internacionales y nacionales. En total, han participado 120 representantes de touroperadores procedentes de 20 países. En concreto, los vendedores nacionales tuvieron ocasión de comercializar sus productos con touroperadores de Estados Unidos, Singapur, Rusia y México, además de con países europeos como Alemania, Bélgica, Estonia, Austria, Dinamarca, Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Noruega, Reino Unido, Suecia, Hungría, Polonia, Portugal y República Checa. Asimismo se celebraron talleres de aceleración empresarial que tuvieron como objetivo concienciar a los participantes de la importancia de Internet y las nuevas tecnologías para el segmento turístico actual. Así, el taller de Reputación de Marca Turística en Internet y el de Gestión de Canales Online, aportaron las claves para estar presentes en la red y mantener una imagen de marca óptima en el medio digital. Los cursos fueron patrocinados por la Cámara de Comercio de Málaga e impartidos por el Centro de Innovación Turística de Andalucía, Andalucía Lab.
- ⇒ **22 al 24 de septiembre – Post Tour Periodistas y Compradores Especializados FITC & CB.** En colaboración con la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, el Patronato de Turismo atendió un grupo de periodistas y de compradores



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

especializados en turismo cultural aprovechando la celebración de la Bolsa de Comercialización de la Feria Internacional de Turismo Cultural. El objetivo de esta visita fue que estos periodistas conocieran de primera mano los distintos recursos y segmentos que tanto Málaga como su provincia ofrecen en el segmento cultural y de city break. El grupo disfrutó de un completo programa por la ciudad de Málaga con el fin de conocer y difundir tanto la oferta museística, monumental y gastronómica, habiendo conocido recursos culturales como el Museo Carmen Thyssen, el Museo Picasso, la Catedral de Málaga, la Alcazaba, el Teatro Romano o el Museo del Vino, entre otros, y haber disfrutado de una ruta gastronómica por el centro de Málaga. También tuvieron ocasión de conocer de primera mano diversos destinos singulares e internacionales de la provincia como Mijas, Ronda y Marbella, así como lugares con encanto de la provincia como el Mirador de Gibralfaro, Puerto Banús, el centro histórico de Marbella, el santuario de la Virgen de la Victoria, el Mirador de Mijas o el Puente Nuevo de Ronda.

⇒ **24 de septiembre – Travel Bloggers Meeting AGP (Málaga-Costa del Sol).** El Travel Bloggers Meeting es un encuentro que reúne periódicamente a los bloggers de viaje de España, Sudamérica y Europa, aprovechando espacios como el Evento Blog España, FITUR, SITC y, ahora, la Feria Internacional de Turismo Cultural. El encuentro, que se realiza dos veces al año está dirigido a bloggers, periodistas y profesionales del mundo de la comunicación relacionados con este sector. La jornada se dividió en dos partes. La primera, denominada “Fast Workshop Destinations”, en la que representantes de Turismo de Eslovenia, Túnez y Chile tuvieron la oportunidad de presentarse a través de la mirada de tres bloggers. La segunda, destinada a que los bloggers asistentes, en la que contaron sus experiencias en la sección llamada “La conversación viajera 2.0”. Destacar que dicha acción contó con el patrocinio del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, que elaboró una completa agenda de actividades para los participantes los días 23, 24 y 25 de septiembre; entre las que destacan visitas guiadas a los principales monumentos de la ciudad, rutas en bicicleta o segway, catas de vino, cursos de iniciación al flamenco, talleres de gastronomía tradicional, etc. Nuestra presencia en este encuentro nos brindó la oportunidad de tomar el pulso real de la blogosfera de viajes en nuestro país, ya que habían confirmado su asistencia los blogs más importantes de España, así como iniciar conversaciones con los organizadores para futuras colaboraciones con la entidad, ya sea a modo de patrocinios o viajes de familiarización. El éxito del TBM ha sido indudable, ya que dos semanas antes el aforo de inscripciones se encontraba completo a pesar de que el número de plazas ofertadas era la mayor de todas las ediciones celebradas hasta ahora. Málaga ha sido un punto de inflexión en cuanto a los encuentros de bloggers se refiere: en sólo dos días se publicaron más de 2.500 tweets, con más de 1,8 millones de impresiones y una audiencia de más de 250.000 personas.

⇒ **26 de septiembre al 6 de octubre – Visita Familiarización TUI.** Siguiendo la línea estratégica de máxima colaboración con nuestros socios y cumpliendo con nuestra misión de ofrecer un servicio de calidad a nuestras agencias receptoras, el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ofrece la posibilidad de una presentación del destino y atención personalizada a las acciones inversas organizadas por sus touroperadores representados. Como en otras ocasiones, TUI solicitó al Patronato de Turismo colaboración que consistió en ofrecer una presentación genérica del destino en nuestra sede, así como el patrocinio de un almuerzo en El Pimpi. En este caso se ha tratado de



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

dos grupos de agentes de viajes alemanes, cada uno formado por 22 personas, invitadas por TUI Alemania y con un programa coordinado por TUI España. El perfil de los participantes fue el de empleado de agencia de viajes minoristas procedentes de toda Alemania. También estuvieron presentes algunos directores de agencias. El mercado alemán es el de los más importantes en la Costa del Sol y siempre es bueno aprovechar ocasiones como esta para presentar y promocionar el destino. Toda “formación” de agentes de viajes que comercializan Málaga y provincia es siempre positiva, más aún a través de la experiencia personal y el amplio conocimiento de la oferta. La presentación les resultó interesante e informativa, prestando especial atención a la oferta complementaria más allá del sol y playa y mostraron mucho interés en las herramientas y utilidades de la web. Quedaron gratamente sorprendidos con Málaga capital, su riqueza histórica y su creciente oferta cultural, gastronómica y de compras. La mayor parte de estos agentes de viaje no conocía la provincia de Málaga ni Andalucía por lo que nos insistieron en que no hay mejor manera para vender que descubrirlo a través de la experiencia personal. Su percepción y venta de ahora en adelante serán muy distintas.

- ⇒ **28 de septiembre – Encuentro Empresarial con Agentes Brasileños (Sevilla).** Evento organizado por Turespaña donde se llevaron a cabo reuniones con una veintena de los más importantes operadores de Brasil. El formato se basó en un workshop en el que los compradores recibían a los vendedores. Previo a este workshop, y por parte de la directora de la Oficina Española de Turismo de Sao Paulo, se realizó una presentación sobre la situación actual del mercado brasileño. El objetivo de este evento no fue otro que el poder establecer nuevos contactos y reforzar los existentes con operadores brasileños. La mayoría de los que se dieron cita en Sevilla tienen clientes corporativos, FIT de luxe, congresos e incentivos. Podemos destacar que una de las 14 operadoras Virtuoso de Brasil estuvo en dicho evento y tuvimos la oportunidad de reunirnos, quedando gratamente sorprendidos con nuestro producto. Es muy interesante participar en este tipo de eventos dada la importancia que está tomando el mercado y lo costoso de trasladarnos a Brasil. El perfil del cliente brasileño está cambiando debido a la inversión extranjera y a la fuerza de su moneda ya que no sólo viajan al extranjero las personas de alto poder adquisitivo. Hay operadoras que se están centrando en el cliente de clase media, ofreciéndole productos adaptados y dándoles posibilidades de pagos aplazados. Sería interesante realizar varios fam-trips especializados por segmentos, como por ejemplo el golf, hoteles de cinco estrellas combinado con gastronomía y otro para que conozcan el interior. Sería muy interesante que viajaran desde Madrid en AVE.
- ⇒ **29 de septiembre – Meetopolis (Bruselas).** Meetopolis es un evento especializado en el segmento de reuniones e incentivos belga que se celebra por primera vez en 2011 en Bruselas. Este evento ha sido organizado por Meetaxis, empresa de marketing y consultoría especializada en el segmento de reuniones e incentivos. Meetaxis ha estructurado el evento Meetopolis en tres partes diferenciadas con objeto de que los destinos participantes pudieran mantener tres encuentros con compradores belgas en tres fechas distintas del año. En este segmento los contactos personales, el networking y las acciones de seguimiento son esenciales para presionar y fidelizar a los clientes, de ahí que esta acción haya sido así planteada. El mercado de reuniones e incentivos belga es un mercado bastante importante y con gran potencial para el destino, en especial el segmento asociativo, ya que Bruselas es la ciudad con mayor número de asociaciones



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

internacionales. Hemos considerado que se trata de una buena oportunidad para mantener el contacto con compradores de interés, informándoles de las últimas novedades del destino, intercambiar conocimiento, experiencias y ponernos al día sobre las últimas novedades del sector, tendencias del mercado, redes sociales, nuevas tecnologías, ROI, etc. planteadas en las mesas redondas. Ha sido un foro interesante donde participaron más de 100 compradores, en su mayoría asociaciones internacionales. Las ponencias fueron interesantes, aunque los temas tratados se adecuaban más a las necesidades e intereses de los compradores, más que a los destinos. Lo verdaderamente provechoso ha sido contactar con asociaciones internacionales y conocer el tipo de congresos y reuniones que realizan, número de asistentes, necesidades, procedimiento para elegir la próxima sede, etc. Se recomienda repetir acciones de este tipo por los buenos contactos realizados.

- ⇒ **29 y 30 de septiembre – Post Tour FEDELE.** Con motivo de la celebración en Sevilla del Congreso Anual de FEDELE (Federación Española de Escuelas de Español para Extranjeros) y a petición de la organización, el Patronato de Turismo de Málaga-Costa del Sol, junto a las malagueñas escuelas de español Cervantes y Maravillas, ha colaborado en la confección y desarrollo de dos acciones inversas que incluyen Málaga y Benalmádena como destinos idóneos para el aprendizaje del español en nuestra provincia. A destacar la intensidad del programa que combinó, muy acertadamente, las visitas turísticas con inspecciones a centros de idiomas de toda la provincia, mostrando de este modo la amplia oferta tanto cultural como de ocio y de actividades complementarias, que, junto al clima, son el principal factor de decisión entre uno u otro destino. Con esta acción se ha puesto de manifiesto el interés y apoyo que esta institución presta a este importante sector turístico que genera una media de gasto semanal de 400 euros por alumno. La enseñanza de español como lengua extranjera es una actividad con un gran potencial de desarrollo. Los fuertes vínculos que se establecen entre estudiantes y territorio, si se gestionan adecuadamente, pueden generar efectos positivos a largo plazo para el sector y para el territorio. Estos vínculos provocan, en muchos casos, como mínimo, una importante recurrencia de viajes al lugar donde se estudió (con amigos, pareja, familia, etc.), y un efecto promotor de las bondades del destino sobre su entorno próximo y/o expandido. Aquí hay que añadir el efecto multiplicador que provoca esta promoción con la presencia de las redes sociales (muy al uso entre estudiantes).
- ⇒ **2 al 8 de octubre – Visita Familiarización Directores de Campos de Golf de Argentina.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha puesto en marcha varias acciones para promocionar el segmento golf en Argentina, entre las cuales destaca la organización de la visita de un grupo de directivos de importantes campos de golf argentinos a nuestro destino con quienes se han estudiado la realización de diferentes acciones para promocionar la Costa del Sol entre los socios de estos clubes. Esta acción contó con el apoyo de Turespaña, a través de la Oficina Española de Turismo en Buenos Aires e Iberia Líneas Aéreas. Durante su estancia visitaron la sede del Patronato de Turismo y mantuvieron una reunión técnica de trabajo en la que participó el director gerente junto con técnicos del Área de Golf en el transcurso de la cual se hizo balance sobre las acciones realizadas por el Patronato en Argentina. Los directivos comentaron las potenciales ventajas que tiene nuestro destino con respecto a otros competidores



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

como Florida entre las que figura nuestra extensa red de campos y sobre todo nuestra oferta complementaria. Para dar a conocer la oferta de la Costa del Sol, el Patronato confeccionó un programa centrado en la oferta de golf y en las posibilidades que nuestra zona ofrece tanto a jugadores como a acompañantes. Durante su estancia mantuvieron encuentros con distintas empresas asociadas al Patronato donde pudieron ver las posibilidades que el mercado argentino puede dar a nuestra zona dado el potencial social y económico de la masa social de estos clubs. Este viaje contó con el apoyo de los Ayuntamientos de Málaga, Marbella y Ronda, Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, así como de La Quinta Golf, Los Naranjos, Almenara Golf, La Reserva de Sotogrande, El Pimpi y los hoteles Guadalmina Spa & Golf Resort, Elba Estepona, Marbella Club y Puente Romano.

⇒ **3 al 5 de octubre – Congreso ABTA (Palma de Mallorca).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol acudió un año más al congreso anual de ABTA (The Travel Convention) que es la reunión más importante y significativa de altos cargos en el gremio de la industria turística británica. ABTA, fundada en 1950, cuenta con 1.351 miembros con un total de 5.700 puntos de venta, incluyendo a agencias de viaje, touroperadores y proveedores de servicios. Es la asociación más grande del Reino Unido y sus miembros ofrecen el 90% de los viajes de paquetes, además de vender millones de servicios de manera individual. El lema del congreso de este año fue “Cambiando el juego”, que refleja las necesidades del sector de afrontar nuevas salidas a esta crisis financiera global con nuevas fórmulas de trabajo. El objetivo principal de la participación de este Patronato de Turismo fue el de estar presentes para dar a conocer a los agentes de viajes y touroperadores británicos la amplia oferta que la Costa del Sol ofrece a sus visitantes, así como la asistencia a un gran número de interesantes seminarios y sesiones de trabajo informativos con el fin de conocer las tendencias que marca el mercado más importante para el destino Costa del Sol. Se compone de sesiones de trabajo: ponencias magistrales y sesiones abiertas para discutir sobre diferentes temas relacionados con la industria turística. El contenido de las ponencias marcó un claro ejemplo de supervivencia y de positivismo, propio de los empresarios británicos que, aún siendo conscientes de la difícil situación financiera global que estamos viviendo, buscan salidas y soluciones con retorno de la inversión. Todos auguran años difíciles pero siempre desde una perspectiva constructiva. Con respecto a las previsiones de recuperación económica, las opiniones fueron diversas y, en general, se prevé que la recesión tardará como mínimo más de cinco años y habrá que buscar estrategias con atributos que garanticen nuestra oferta (como el precio, audiencia, simplicidad, disponibilidad y proceso de compra, etc.), además de ofrecer excelencia en el servicio.

⇒ **6 al 8 de octubre – TTG Incontri (Rimini).** Considerada como la primera feria de referencia del mercado italiano para contrataciones entre oferta y demanda, principalmente en los segmentos cultural, city-break y cruceros. Esta muestra reunió a unos 2.400 expositores en un área de exhibición de 70.000 m², recibiendo la visita de aproximadamente 42.700 personas. La feria dedica sus dos primeros días a profesionales y el último fundamentalmente al público final. La Costa del Sol participó de la mano de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, ocupando un mostrador dentro del stand de Turespaña. Como objetivo previo, se estableció llevar a cabo reuniones con los principales touroperadores italianos que



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

operan o tengan interés en comercializar el destino Málaga – Costa del Sol y posibles oportunidades o peticiones en relación a favorecer la misma. En líneas generales, el mercado italiano ha crecido un 9,4% hacia España durante el actual ejercicio de 2011, produciéndose un incremento del 6,2% en Andalucía con respecto a 2010, recibiendo 1,98 millones de turistas italianos lo que supone un incremento del 6,5%. Este resultado está motivado principalmente por el incremento experimentado en el mes de agosto (el de mayor actividad turística de este mercado) que asciende a 12,3%, este resultado se debe fundamentalmente al aumento de las conexiones aéreas con Italia. En cuanto al comportamiento del mercado a corto plazo, existe incertidumbre sobre la actividad invernal dada la delicada situación económica que atraviesa el país transalpino, a lo que se añade la expectativa de mantener para la próxima temporada estival de 2012 el ligero aumento experimentado en relación a 2010. Como principal conclusión, aunque se trate de un mercado emisor perfectamente conocedor del destino Málaga-Costa del Sol, es importante seguir planteándose la asistencia al que está considerado en la actualidad como principal evento de este tipo en Italia, facilitando apoyo a las empresas de la provincia asociadas al Patronato de Turismo e identificando y dando respuesta a nuevas oportunidades que puedan representar un aumento en la comercialización del destino en el mercado italiano.

- ⇒ **10 al 11 de octubre – V Sol Danish Cup.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol organizó una nueva edición del Sol Danish Cup con la colaboración de Turespaña, a través de la Oficina Española de Turismo de Copenhague e Iberia Líneas Aéreas, así como con los socios del Patronato del segmento golf con el objetivo de promocionar este importante segmento en el mercado danés. Estos encuentros entre touroperadores y prensa de golf daneses con los directores de golf de nuestra Costa del Sol, se materializan en una jornada completa de trabajo y convivencia entre ambas delegaciones, y una primera jornada de visitas a buena parte de la oferta de golf de nuestra zona. La segunda jornada comenzó con un desayuno de confraternidad entre daneses y costasoleños, para después participar en un taller de trabajo donde en hora y media aproximadamente, se pudo poner al día a nuestros visitantes de todas las novedades y situación actual de nuestra zona, así como por nuestra parte saber de las novedades y situación actual del mercado danés en relación al turismo de golf, dado que el mercado de touroperación tiene un peso importante en los países escandinavos en la comercialización. Todos los representantes de los touroperadores dijeron que en los últimos años el crecimiento de turistas de golf que viajan a la Costa del Sol ha ido en incremento tras unos años de estabilidad. Acentuaron que la Costa del Sol es el destino preferido, seguido de Mallorca, Canarias y Costa Blanca. Esta acción promocional cuenta con una alta valoración entre los socios del Patronato de Turismo de la Costa del Sol asistentes a la misma en cuanto a la selección de touroperadores en destino, formato de la acción, continuidad en el tiempo y organización de las jornadas. Además, nos sugirieron su ampliación a otros mercados importantes para la Costa del Sol con el mismo formato.
- ⇒ **10 al 14 de octubre – Presentación Destino Costa del Sol (Helsinki).** Acción consistente en visitas puerta a puerta a agencias y casas de incentivos situadas en Helsinki y una cena con prensa especializada. Para la organización de esta acción contamos con la colaboración de la Oficina Española de Turismo de Helsinki que nos



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

ayudó en la identificación de clientes potenciales y en la selección de los invitados para la cena dirigida a la prensa. El finlandés es un mercado que conoce muy bien el destino Costa del Sol desde el punto de vista vacacional y golf, en especial la ciudad de Fuengirola donde existe una gran comunidad finlandesa. Las visitas realizadas nos han permitido presentar a las agencias y casas de incentivos una Costa del Sol con todas las infraestructuras y servicios necesarios para la organización de eventos, congresos, incentivos...no solo un destino de sol y playa que es la imagen que tiene el mercado finlandés de nuestro destino. Una vez finalizado este puerta a puerta, cabe señalar la buena calidad de los contactos establecidos. Las agencias y casas de incentivos visitadas conocían el destino, principalmente como destino vacacional (Andalucía, y en concreto la Costa del Sol es el segundo destino más visitado por los finlandeses dentro de España después de las Islas Canarias), aunque algunas de ellas ya han trabajado con incentivos y grupos. La selección de periodistas también fue de buena calidad, la mayoría de ellos ya han escrito sobre el destino Costa del Sol, aunque ninguno desde el punto de vista de destino de reuniones e incentivos. El mercado finlandés es un mercado pequeño con una economía bastante fuerte, donde la crisis no ha afectado con la misma intensidad que en otros países europeos. Es un mercado muy interesante y con un gran potencial para la Costa del Sol que es un destino que ofrece buen clima, buenas infraestructuras y servicios, y excelentes comunicaciones. Desde Helsinki son ya cuatro las compañías aéreas que ofrecen vuelos directos con Málaga: Finnair, Air Finland, Norwegian y Ryanair.

- ⇒ **11 al 13 de octubre – IMEX (Las Vegas).** Durante estos días se celebró en el Venetian Palazzo de Las Vegas la primera edición de IMEX América, avalado por el grupo IMEX y de la que se espera será la mayor feria de reuniones y eventos de América. IMEX ha reunido a 2.000 compradores americanos y canadienses y ha contado con la presencia de todos los destinos de reuniones y eventos que apuestan por el mercado americano. Los compradores y vendedores han mostrado su satisfacción porque por fin “América tienen una feria de reuniones y eventos seria y profesional”, era el comentario generalizado en la feria. Evidentemente, la tradicional feria de la IT&ME no gozaba de muy buena reputación en los últimos años. A pesar de la fortaleza del euro en estos momentos y de la delicada situación que atraviesa el país, las noticias para el sector de reuniones no son tan malas. Por primera vez después de unos años, se ha detectado un ligero movimiento para viajes de incentivos hacia Europa (aunque el incentivo puro casi no existe), donde España ocupa un buen posicionamiento. Los compradores vuelven a solicitar cotizaciones fuera de los Estados Unidos y de los tradicionales destinos de Méjico, Caribe o Hawai. Esto nos incentiva a seguir estando presentes en este mercado y valorar junto con la OET, asociaciones líderes y los empresarios dónde debemos invertir nuestros esfuerzos y cómo. Hemos detectado un alto conocimiento del destino Costa del Sol entre los compradores con los que hemos mantenido reuniones. Existe un buen conocimiento del destino en cuanto a posibilidades y valores de la marca en el segmento de reuniones y eventos. Somos junto con Barcelona y Madrid los destinos mejor posicionados y debemos prestar atención a destinos como Valencia y Bilbao quienes están haciendo grandes esfuerzos en promoción en este mercado.
- ⇒ **13 al 16 de octubre – Convención CWL Bélgica (Málaga-Costa del Sol).** Convención anual de las agencias Carlson Wagonlit de Bélgica celebrada en Málaga donde tuvieron



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

lugar sus sesiones de trabajo, además de visitar distintas zonas de nuestra provincia. Los asistentes fueron un total de 36 Team Leaders y Office Managers de las distintas agencias, así como altos cargos del staff de Thomas Cook y Brussels Airlines. Estas agencias se dedican a los segmentos de Business and Travel, Corporates, FIT de Luxe (turista individual de alto poder adquisitivo) y MICE. El grupo vino de la mano del DMC RTA-Spanish Event & Incentive Organisers, S.L. Nuestro principal objetivo fue estar presentes en sus sesiones de trabajo con la intención de conocer mejor sus objetivos, procedimientos y sistemas de comercialización del destino, así como el de aportarles nuestro conocimiento y sugerencias para una mejor comercialización de la Costa del Sol. Además, tuvimos ocasión de realizar una presentación del destino a todos los asistentes, reforzando así el contacto ya existente con el mercado belga. Una vez finalizada la presentación, les acompañamos a una cena celebrada en el Cortijo de Cortes donde se les ofreció un cóctel seguido de un espectáculo de caballos y una cena. Al día siguiente realizaron una actividad en grupo de “team building” en el municipio de Mijas. Posteriormente a esta actividad, se les ofreció un almuerzo maridaje en el Museo del Vino, con degustación de varios vinos de la provincia y una cata de aceite. Quedaron muy agradecidos por la atención personalizada tanto por parte del Patronato de Turismo como de RTA. Sólo resta decir que estos profesionales desconocían varios segmentos que nuestro destino ofrece ya que la mayoría de ellos continuaban con el concepto de la Costa del Sol como destino exclusivo de sol y playa. Por lo tanto, la presentación completa del destino fue muy útil a nivel de un mayor conocimiento de la provincia de Málaga. También estaban muy interesados en los toros y el flamenco, algo a considerar para futuros programas de profesionales con este perfil.

- ⇒ **14 al 16 de octubre – Expo Gays (Torremolinos).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol participó en lo que se da en llamar Feria Internacional de los Negocios y el Turismo Gay, Expo Gays, celebrada en el Palacio de Congresos de Torremolinos, organizada por el portal Reservas Gays (www.reservasgays.com). Al igual que en su primera edición, los organizadores consideraban como objetivo principal la consolidación a nivel mundial de este tipo de evento. Con un stand propio, dimos cabida a diferentes socios quienes participaron con el objetivo de hacer negocio, buscar nuevos clientes y contactos, etc. En vista de no tener ninguna perspectiva de negocio y que la feria no respondía a sus expectativas, dada la realidad que pudieron observar en el transcurso del evento decidieron marcharse el mismo día de la inauguración al final de la mañana. El número de expositores, que se ha visto reducido con respecto al año pasado en el que participaron 200 expositores, fue de 126 empresas nacionales e internacionales. Su formato ha sido más bien un “mercadillo” que lo que habitualmente entendemos como feria de turismo dedicada a un segmento específico con, presuntamente, un alto poder adquisitivo, hecho que pudo observarse que no se cumplió mínimamente. El objetivo principal de esta feria, según la organización de Expo Gays, es dinamizar todos los sectores económicos en los que el colectivo LGTB (lesbianas, gays, transexuales y bisexuales) tiene presencia. Salvo las grandes fiestas diurnas y nocturnas no ocurrió nada relacionado con lo que puede ser este segmento turístico. Hubo gran afluencia de público gay para las actividades paralelas aunque poca para el recinto turístico ferial. En esta edición no se ha dado cifra oficial de visitantes. Este evento no tiene nada que ver con el “negocio de turismo gay”. Desde este punto de vista ha sido nulo como tal aunque sí se ha manifestado un gran poder de convocatoria del organizador para todo lo demás.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **17 al 20 de octubre – Presentación Destino Costa del Sol (Oslo y Noruega).** Esta acción, en colaboración con la Oficina Española de Turismo de Oslo, se desarrolló en dos partes. La primera, del 17 al 18 de octubre, se basó en un sistema de citas puerta a puerta en nueve agencias de Oslo y alrededores (casas de incentivo, meeting planners y un par de touroperadores que mueven grupos de interés especial). La finalidad de la misma era la de realizar una presentación completa y de formación sobre las novedades del destino. Cada presentación duró, aproximadamente, hora y media. La segunda acción, que tuvo lugar el 19 de octubre, consistió en una presentación a periodistas de revistas de viajes y los principales periódicos del país. Igualmente se realizó un desayuno de trabajo en el que se ofreció una presentación muy completa con toda la información a destacar de nuestro destino: nuevas infraestructuras, reformas, apertura de hoteles, museos, restauración, conocimiento de cómo navegar por nuestro DMS, etc. Era la primera vez que el Convention Bureau realizaba un puerta a puerta en este mercado. La finalidad de esta promoción era la de poder conocer en persona a las principales agencias del sector y poder ofrecerles un curso formativo con todas las novedades del destino. Podemos decir que todas las presentaciones realizadas han tenido muy buena repercusión. Aún sabiendo que los noruegos conocen bien nuestro destino, sobre todo a nivel vacacional y residencial, nos ha extrañado la falta de conocimiento general que tienen en cuanto al segmento de reuniones y eventos así como de todas las novedades del destino. Desconocían varios productos estrellas que tenemos como: AVE, nuevo Puerto, apertura de nuevos museos, nuevos hoteles, ciudad de Málaga en general. Ha sido, sin duda, una gran oportunidad de ofrecerles nuevos incentivos para que vengan a conocer el destino y así poder venderlo a sus clientes. Varias de estas agencias tienen un tremendo potencial para Málaga y la Costa del Sol ya que están confirmando muchos eventos para otros destinos nacionales competidores como Barcelona, Valencia y Alicante. Nuestros socios se han traído algunas peticiones interesantes para lo que queda de año y 2012.
- ⇒ **17 al 21 de octubre – Visita Familiarización Preference Vacation.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol atendió un grupo de 30 agentes de viajes canadienses colaboradores del grupo Preference Vacation, con el fin de conocer el destino e incentivar la comercialización del mismo en el mercado canadiense. El perfil de los participantes era de agentes minoristas que comercializan todo tipo de productos, especialmente Europa mediante productos de larga estancia, paquetes basados en la oferta de ocio y golf y estancias pre/post cruceros. Esta acción se llevó a cabo con motivo del comienzo de la comercialización del producto España por parte de la agencia Preference Vacation desde este mes de octubre, aprovechando el crecimiento de esta agencia en el mercado canadiense, agencia en la que la Costa del Sol, como primordial destino en España dentro de sus productos a comercializar, es la principal novedad para lo que resta de temporada y el próximo ejercicio 2012. El objetivo de esta acción fue el de la puesta en valor del destino Málaga-Costa del Sol mediante la formación y visita técnica a los distintos establecimientos a comercializar en la provincia por parte de los agentes participantes para, de esta manera, conocer y diseñar posibles itinerarios en función de los recursos en el destino y productos a comercializar en origen y, por último, colaborar con una de las principales agencias (dado su reciente crecimiento en un mercado potencial como Canadá) hacia la comercialización de productos turísticos de larga



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

estancia en temporada baja basados fundamentalmente en estancia en el destino, representando así la mayor parte de los productos comercializados hacia España.

- ⇒ **19 al 21 de octubre – ABAV (Río de Janeiro).** Congreso anual de la Asociación Brasileña de Agentes de Viajes que se celebra en paralelo a la feria internacional ABAV. Asistimos dentro del espacio reservado por Turespaña como únicos representantes de Andalucía, donde dispusimos de un mostrador institucional además de un lugar para reuniones. Durante estos días tuvimos ocasión de organizar un seminario dentro del propio stand, la convocatoria la realizó la Oficina Española de Turismo de Sao Paulo. Además de asistir a varias conferencias organizadas con motivo del congreso, la más interesante fue “Quem é o viajante Brasileiro”, completo estudio del perfil del turista actual. El objetivo principal para asistir este evento no fue otro que seguir reforzando nuestra presencia en este mercado tan interesante, así como establecer nuevos contactos y mantener vivos los ya existentes. El nivel de los asistentes a la feria y al congreso fue bastante bueno, se trata de una feria dirigida exclusivamente a profesionales, aunque se ha notado una bajada en el número de expositores. Sería interesante fomentar los seminarios durante la feria, incluso proponer a Turespaña mayor espacio para estos. Mantuvimos reuniones con responsables de varias mayoristas y agencias de viaje como Abreu Viagem Brasil, CP4 (empresa especializada en cursos de español para brasileños), Mercados y Eventos, Quality Brasil y Submarino Viagens, entre otros.
- ⇒ **21 de octubre – Jornadas “La Internet del Futuro” (Madrid).** AMETIC (Asociación de Empresas del Sector TIC, las Comunicaciones y los Contenidos Digitales) y es.Internet (Plataforma Tecnológica Española hacia la Internet del Futuro) nos invitaron a participar en las jornadas denominadas “La Internet del Futuro”, reunión sectorial sobre turismo en formato mesa redonda. Dichas jornadas, financiadas por el MITYC y la UE tuvieron lugar en la sede de la CEOS de Madrid. La plataforma es.Internet se crea con la intención de intentar influenciar a la Administración Pública para que los desarrollos tecnológicos que se realicen en nuestro país financiado con fondos públicos, se hagan acorde a las necesidades reales de los diferentes sectores industriales de nuestro país. La realización de estas jornadas sirve para recopilar la información necesaria para obtener conclusiones sobre las necesidades de los diferentes sectores. El Patronato de Turismo acudió a este evento con el objetivo de presentar su Sistema de Gestión del Destino (SGD) como una herramienta a utilizar en la “Internet del Futuro” por parte de los destinos turísticos. Para dicha presentación se nos requería de un vídeo no superior a tres minutos y una posterior ronda de preguntas y respuestas con el público y resto de participantes. El SGD interesó especialmente a otros destinos como el cluster turístico de Madrid que nos requirió para ciertas aclaraciones. También despertó interés, sobre todo a nivel de metodología de trabajo, por parte de empresas tecnológicas que se dedican a la creación de productos tecnológicos para los destinos.
- ⇒ **21 al 23 de octubre – Promoción Ryanair Bremen-Málaga (Málaga-Costa del Sol).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, en colaboración con la aerolínea Ryanair, colaboró con un programa de ocio destinado a cuatro miembros de una familia alemana durante un fin de semana con el objetivo de potenciar las llegadas de este mercado hacia el aeropuerto de Málaga. Esta acción, que se llevó a cabo coincidiendo con la temporada invernal, pretendía fomentar las llegadas desde el estado federado de Bremen, situado al



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

noroeste del país hacia nuestro destino a través de la línea aérea Ryanair la cual opera la ruta directa Bremen-Málaga. Con tal fin, la aerolínea puso a disposición de una familia de cuatro miembros asientos gratuitos de ida y vuelta, quedando por parte del Patronato de Turismo el resto del itinerario gracias a las distintas empresas asociadas que decidieron participar en esta acción. El fin de esta visita era la de plasmar sus experiencias en el destino Costa del Sol en el diario regional "Weser Report" de Bremen, con una tirada diaria de 177.000 ejemplares. Es un periódico con reputación y con un perfil de lectores de nivel medio-alto. Se lograron un total de cuatro publicaciones: la primera convocando al concurso a los lectores el día 2 de octubre, más otras 3 publicaciones post visita los días 16 de noviembre 2011 y las dos restantes publicaciones el día 20 de noviembre 2011, en las que se relata las experiencias de la familia en nuestro destino. El coste de la acción ha sido mínimo ya que la colaboración por parte del Patronato ha sido principalmente logística siendo las empresas asociadas las que han colaborado con gratuidades en todos los apartados necesarios para llevar a cabo el programa (hotel Pierre-Vacances Maeva Torremolinos, Crocodile Park Torremolinos, Teleférico de Benalmádena, Bioparc Fuengirola y Tívoli World Benalmádena) y las publicaciones en los medios han sido las esperadas.

- ⇒ **24 al 26 de octubre – Workshop "Descubre Europa" (Sao Paulo).** Workshop organizado de manera conjunta entre la Comisión Europea del Turismo y la Oficina Española de Turismo en Sao Paulo. Realizado durante dos días, el primero de ellos está dedicado exclusivamente a operadores con agendas preestablecidas y el segundo de ellos para agentes de viajes. Esta acción se completó con varias reuniones que mantuvimos con importantes operadores como CVC, Nascimento, Designer y Teresa Pérez, operadores de distintos ámbitos, desde clientes en masa de clase media al más exclusivo. Fijamos nuestros objetivos en mantener una serie de reuniones, presentaciones de destino y seminarios por un lado con empresas que ya habíamos contactado y por otro con empresas que no conocíamos para mostrarles la idoneidad de nuestro destino para completar sus paquetes, algunas de ellas con gran volumen de clientes de un alto poder adquisitivo. El resultado de esta acción ha sido muy interesante, tenemos un producto perfecto para completar las estancias del cliente brasileño, estancias que tienen una media de 16 días. Tenemos el apoyo de la OET de Sao Paulo para organizar de manera conjunta acciones para seguir potenciando nuestro destino.
- ⇒ **25 al 27 de octubre – Presentación del Destino Alemania (Berlín y Hamburgo).** El Patronato de Turismo realizó una promoción puerta a puerta en Alemania, concretamente en las ciudades de Hamburgo y Berlín, con el objetivo de establecer nuevos contactos y dar a conocer la oferta y novedades existentes en la Costa del Sol en otras zonas de Alemania, con objeto de continuar promocionando el destino de un mercado que sigue siendo muy importante para España en general y Andalucía en particular. Esta acción promocional consistió en la visita y presentación del destino a 13 casas de incentivo, agencias organizadoras de eventos y empresas. Las reuniones y presentaciones resultaron ser interesantes y muy enriquecedoras tanto para el Patronato de Turismo como para los socios que nos acompañaron. La mayor parte de las agencias y empresas visitadas no han organizado eventos en la Costa del Sol ni conocían el destino. Mostraron gran interés, valorando especialmente las buenas conexiones aéreas con Alemania, el clima, una infraestructura hotelera de primer orden y los nuevos proyectos que se están



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

llevando a cabo en la ciudad de Málaga, junto con una oferta cultural en aumento. Apenas se ha mencionado la crisis, lo que sin duda es una buena señal. También nos llamó la atención el hecho de que en un buen número de citas haya participado también personal recientemente incorporado a la empresa y en proceso de formación, lo que no deja de ser positivo. Este tipo de acciones comerciales son siempre positivas, se recomienda seguir invirtiendo en próximos años dada la calidad de los contactos realizados y la satisfacción de los socios que nos han acompañado.

- ⇒ **26 al 28 de octubre – I International Cruise Summit (Madrid).** El Patronato de Turismo estuvo presente en la que ha sido la primera Cumbre Internacional de Cruceros (International Cruise Summit) que se celebró en Madrid organizada por la empresa Cruise News, publicación especializada en el segmento de cruceros, cumbre que contó con ponencias de alto nivel. Las jornadas se basaron en cinco sesiones monográficas, con ponencias ofrecidas por expertos de la industria de cruceros como, por ejemplo, el director general de ACE (Asociación Británica de Expertos de Cruceros), además de mesas redondas formadas por representantes de las principales navieras, puertos del estado, asociaciones y consorcios del sector, DMC's, agencias on y offline, y medios de comunicación. Los temas que se trataron en estas sesiones de trabajo se centraron en el impacto económico y en las oportunidades de negocio en el sector de cruceros; la situación global de los destinos de cruceros e introducción de nuevos destinos; la relación entre destino, puerto y naviera. La segunda jornada estuvo dedicada al Foro de Marketing de Ventas de Cruceros, contando con la participación de las navieras y redes de distribución. Cruise News ha empleado esta ocasión para presentar su proyecto para la creación de la Spanish Cruise Association, una iniciativa que parece contar con el respaldo de las navieras y Turespaña. La SCA se presenta como un nuevo e interesante paso hacia la madurez de la industria de cruceros en España. La valoración de nuestra participación es muy positiva ya que nos ha permitido contactar con altos cargos de las navieras más importantes, con medios de comunicación especializados, así como con otros puertos nacionales e internacionales y por último con los receptivos. Del mismo modo, participamos en las sesiones de ruegos y preguntas, destacando el papel de Málaga y sus ventajas competitivas, lo que nos sirvió para identificar las nuevas tendencias para el desarrollo de la oferta de Málaga y su Costa del Sol e identificar oportunidades de negocio para el proyecto del Puerto de Marbella. Entre las conclusiones, hay que decir que Málaga se presenta como puerto de gran potencial por su infraestructura portuaria y comunicaciones tanto de líneas aéreas como de tren y carretera.
- ⇒ **26 al 29 de octubre – Grupo Prensa España.** A petición de la Sociedad para el Desarrollo de la Comarca de Guadalteba, organizamos un grupo de prensa con medios de comunicación especializados en turismo de interior y naturaleza a nivel nacional, para la visita de la comarca en un programa de tres días de duración, por lo que se consideró oportuno ampliar los lugares a visitar complementando este viaje con las ciudades de Antequera y Málaga al objeto de rentabilizar la visita del grupo. Tras el lanzamiento de la convocatoria, y desde el punto de vista de la operatividad, fueron seis los medios elegidos a quienes dimos a conocer las excelencias y peculiaridades de las distintas zonas elegidas, según programa, con la intención de que los medios invitados lo trasladasen, vía artículos y reportajes, en sus diferentes medios. Aunque inicialmente los



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

medios invitados son clásicos que publican en papel, ya tenemos constancia de sus intenciones de utilizar el aprendizaje y material recopilados durante estos días para ser publicados en sus respectivos medios. Aún así, vía online, la publicación “Eco Viajes” ha colgado en su publicación material recopilado en estos días sobre diferentes lugares visitados. Por otra parte, tenemos testimonio de agradecimiento por parte de los colaboradores en la organización de esta visita (Consortio Guadalteba y las Áreas de Turismo de los Ayuntamientos de Antequera y Málaga), de su satisfacción por cómo se ha desarrollado la visita durante estos días.

⇒ **26 al 30 de octubre – Foro Internacional de Turismo de Andalucía (Málaga-Costa del Sol).** Evento organizado por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía como “acción estrella” de su Plan de Marketing de este año, contando con la colaboración de Turespaña y los ocho Patronatos de Turismo de Andalucía, especialmente con respecto a las visitas provinciales y a la convocatoria de las empresas locales. Este evento se celebró en la ciudad de Málaga y contó con la participación de más de 500 representantes de la demanda (agentes de viajes, touroperadores DMC’s, OTA’s, medios de comunicación y OPC’s) procedentes de 42 países diferentes. El programa consistió en una jornada de trabajo con una serie de ponencias, seguida de un workshop de mañana y tarde. Por la noche se celebró una cena de gala en el Museo del Automóvil de Málaga. A partir de la mañana siguiente, viernes, hasta el domingo, este Patronato organizó dos de los diez post tours que se les ofrecieron a estos profesionales. En el caso de la provincia de Málaga, se patrocinó un post tour dedicado al segmento de sol y playa y otro al segmento de golf, compuesto por 50 participantes cada uno. Estos post tours estuvieron en todo momento acompañados por un técnico de nuestro Patronato y otro técnico de la Empresa Pública. El resultado de este evento ha sido bastante satisfactorio, no sólo desde el punto de vista de los profesionales de nuestro destino, de los cuales hemos recibido felicitaciones por la organización y por la oportunidad de establecer numerosos contactos a nivel internacional, sino también por los compradores invitados que han calificado, en su mayoría, el evento como un encuentro de gran éxito a nivel de contactos, así como de conocimiento del destino. En cuanto a los post tours ofrecidos por este Patronato de Turismo, se ha realizado un seguimiento con cada uno de los participantes, los cuales han respondido con e-mails de elogios y agradecimientos por la organización y atención recibida en los mismos.

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.