

**RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS**

**PATRONATO DE TURISMO MÁLAGA – COSTA DEL SOL**  
**NOVIEMBRE – DICIEMBRE 2013**

- ⇒ **1 al 3 de noviembre – Fam Trip Air Europa y Sol-Meliá.** Este grupo ha venido de la mano de Air Europa y Sol Meliá, para lo cual contamos con la organización y colaboración de la OET de Nueva York y Turismo Andaluz. En la preparación del programa para nuestro destino, hemos contado con la colaboración de los Ayuntamientos de Marbella y Málaga, para las visitas guiadas en cada ciudad. El grupo ha resultado ser de muy buena calidad, ya que ha sido elegido por las propias empresas organizadoras, Air Europa y Meliá. Por lo tanto, se han dirigido a sus mejores proveedores (touroperadores y agencias especializadas), y han invitado a los “decision makers” de cada empresa para que conozcan de primera mano nuestro destino. Teniendo en cuenta la importancia de la cadena Sol-Meliá y la aerolínea Air Europa, que ha experimentado un gran crecimiento en estos últimos años, ha sido una gran oportunidad poder participar en una acción como esta y poder darles una atención personalizada a cada uno de los profesionales invitados. Sorprendentemente, la totalidad del grupo no había estado en la provincia de Málaga nunca, por lo que se les hizo una presentación de destino y se les acompañó durante su estancia en Marbella, los días 1 y 2 de noviembre, contestando a todas las preguntas relevantes al destino. Han quedado realmente encantados con toda la variedad que el destino ofrece y sobre todo con la calidad, ya que algunos tenían el concepto de una España en decadencia, y se han sorprendido bastante al ver la riqueza de nuestro destino, la cultura, historia, gastronomía, diversidad y maravilloso clima, con 25º C a principios de noviembre.
- ⇒ **4 al 7 de noviembre – WTM (Londres).** En esta edición, El Patronato de Turismo de Málaga-Costa del Sol ha contado con un total de 4 mostradores integrados en el espacio expositivo que la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte en Andalucía ha destinado a la provincia de Málaga, a disposición de las 32 empresas y entidades asistentes asociadas al Patronato de Turismo de Málaga-Costa del Sol. Durante esta feria de índole internacional, el Patronato de Turismo de Málaga-Costa del Sol ha mantenido más de una treintena de encuentros profesionales. En cuanto a presentación de productos, se ha llevado a cabo el evento “Strategy Summit”, encuentro profesional que ha aunado a una mesa redonda que congregó al grosso de expertos de intermediación en Reino Unido en el que se presentaron los segmentos y la oferta disponible en la provincia de Málaga. Durante este evento celebrado en la mañana del lunes 4, en el que tras un debate y análisis estratégico del mercado se ha consensuado un balance coyuntural positivo sobre la comercialización de la oferta disponible y su tendencia en el mercado Reino Unido. Igualmente el martes 5, el turno fue de la presentación del proyecto “Living



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

Costa del Sol” a los responsables de “A place in the Sun”. La iniciativa ‘Living Costa del Sol’, distinguida el pasado mes de octubre con Placa al Mérito Turístico por parte del Gobierno, será uno de los protagonistas en la feria dedicada al segmento residencial más importante del Reino Unido, A place in the Sun, cita que se ha consagrado como referencia en torno a la comercialización residencial en el mercado británico y que tendrá lugar entre los días 28 y 30 de marzo de 2014. Por último, se ha asistido igualmente a diferentes encuentros institucionales y sociales paralelos al desarrollo de la feria; tanto a la cena Diario SUR; Reunión junto con ICEX (Commercial Counsellor, Economic and Commercial Office de la embajada de España en Londres) y la dirección de eventos de Harrods del proyecto “Sabor a Málaga”.

- ⇒ **5 al 7 de noviembre – Press Trip OET Singapur.** A través de la Oficina Española de Turismo en Singapur, nos llegó la solicitud de colaboración con la visita de grupo de cinco periodistas de importantes publicaciones, interesados en realizar un reportaje sobre Málaga-Costa del Sol como destino cultural y de lujo. Debemos señalar que el mercado asiático es uno de los mercados emergentes de España y de la Costa del Sol y que supone una gran oportunidad para presentar nuestra oferta turística en este mercado que ha incrementado en un 33% sus reservas en España en el presente año 2013. Tailandia ocupa la primera posición entre todos los mercados del sudeste asiático hacia España. El objetivo de este viaje, ha sido conocer y filmar los principales productos turísticos de nuestra provincia, especialmente los destinados a los segmentos de lujo, gastronómico y cultural. Los medios que participaron en el Press Trip fueron los siguientes: The Business Times, Her World, Eight Days, Expat Living, Indian Se y Miss Ng Ping Ping. El grupo, que en su mayoría no había visitado Málaga, quedó gratamente impresionado con la oferta cultural y de lujo de la provincia de Málaga. En estos días han podido a la vez que disfrutar de un excelente clima, conocer de primera mano la cultura, las tradiciones y la gastronomía de nuestra provincia. En nuestra opinión, un día y medio, no es tiempo suficiente para mostrar nuestra amplia y variada oferta, aunque si bien es cierto que todos los participantes coincidieron en que nuestro destino reúne todo lo que los singapureños buscan en sus viajes, regresaron convencidos y encantados con su visita.
- ⇒ **5 al 7 de noviembre – Puerta a Puerta MICE Suiza (Zurich y Basilea).** El objetivo de esta acción ha sido el de establecer nuevos contactos y dar a conocer la oferta y novedades existente en Costa del Sol con objeto de continuar promocionando el destino en un mercado que aunque pequeño tiene un gran potencial dada su riqueza y alto poder adquisitivo. Para la organización de la agenda de citas hemos contado con la ayuda de la agencia Spain b2b, agencia especializada en la representación de destinos turísticos. Llevamos varios años considerando interesante que los clientes conozcan tanto el destino en general como algunas muestras del producto existente en Costa del Sol, por lo que nos



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

han acompañado dos hoteleros y un DMC que han podido vender de primera mano sus productos y servicios. Durante estos tres días nos han acompañado los hoteles Barceló La Bobadilla, Puente Romano y el DMC RTA. Las reuniones y presentaciones han resultado interesantes, así como el número de citas conseguido (15). Un buen seguimiento de los contactos nos dará la oportunidad de crear vínculos con los clientes y así captar negocio para el destino en un medio o largo plazo. Las compañías aéreas que tienen vuelos directos a Málaga desde aeropuertos suizos son Swiss Airlines e Easyjet con una capacidad aproximada de 5.000 plazas por semana; para la temporada de verano es de +/- 155.000 asientos. Suiza atraviesa un buen momento económico y así nos lo han manifestado las agencias visitadas, que mueven importantes volúmenes de negocio.

⇒ **11 al 14 de noviembre – IGTM (Salou).** IGTM es el principal evento para el sector turístico de golf y cuenta con más de 600 proveedores de la industria, 100 representantes de los medios de comunicación y 350 compradores cualificados. Los compradores son touroperadores internacionales especializados en golf con procedencia de Reino Unido e Irlanda, Escandinavia, Alemania, EE. UU., resto de Europa y Asia. En total unos 1.300 participantes de aproximadamente 50 países. El evento ha tenido una duración de 4 días de actividad profesional incluyendo sesiones con agenda de citas preestablecidas, actos de networking y conferencias, acto de bienvenida y cena de gala con entrega de trofeos para los destinos votados como los mejores en distintas categorías y un homenaje a un personaje de reconocido prestigio. Durante esta edición de IGTM, el Patronato ha organizado una cena privada en el restaurante Castillo de Javier para una selección de invitados: touroperadores y nuestros socios. Esta iniciativa tuvo un gran éxito de convocatoria y contamos con 55 touroperadores y 35 representantes de empresas asociadas al Patronato de Turismo. El objetivo de esta acción ha sido establecer una relación más directa con los touroperadores en un ambiente distendido que permitió relacionarse fuera de las sesiones de trabajo. Con el fin de “romper el hielo” y hacer más amena la cena, se contempló una actividad interactiva, y se ofreció antes de la cena una cata de ginebras andaluzas. Por otro lado, en esta ocasión, el Patronato ha querido colaborar con SIGA (Sight Impaired Golf Association) y por cada asistente a la cena se han donado 20 euros a esta asociación benéfica fundada por Jack Nusbaum en Málaga. La Costa del Sol se sitúa como el primer destino nacional de golf y aglutina casi la mitad de los turistas que mueve este deporte entre los cuatro principales mercados emisores de Europa: Reino Unido e Irlanda, Alemania, países escandinavos y Francia. Así, la Costa del Sol es el destino favorito para británicos y escandinavos, mientras que los franceses prefieren la Costa Brava y los alemanes van probando distintos destinos sin una predilección determinada, según el estudio European Spotlight on Golf Tourism to Spain, realizado por Sports Marketing Surveys sobre los usos de estos deportistas a lo largo de 2012.



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

- ⇒ **12 al 13 de noviembre – Broadway Travel Conference (Marbella).** Tras recibir petición de Turismo Andaluz procedente de las agencias receptoras MTS Incoming y Open Travel Services el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha colaborado en la conferencia anual de Broadway Travel, uno de los grupos independientes más importantes del Reino Unido, operando bajo varias marcas como Broadway Travel, Teletext Holidays entre otras, y acaban de comprar Direct Line Holidays que aparece en el puesto número dos del ranking de The Independent para vacaciones de última hora. Asimismo es la mayor distribuidora de vacaciones de Travel Zoo. En el año 2013, se prevé llegar a un volumen de más que 8.500 pax a la Costa del Sol, con una previsión de crecer hasta casi 16.000 personas en 2014. Entre los días 11 y 14 de noviembre han celebrado su congreso anual en el Hotel Andalucía Plaza, con un intenso programa de reuniones con 70 agentes de viajes y comerciales, así como 30 representantes de su red de distribución y proveedores. El Patronato de Turismo ha colaborado con Broadway Travel hacia una de las cenas del programa, concretamente del día 12, en el restaurante La Meridiana del Alabardero en Marbella. Acción muy productiva aprovechando la presencia de este grupo en nuestro destino a la hora de educarles sobre el destino. Para futuras ocasiones, proponer con mayor anterioridad nuestra colaboración hacia la prolongación de la estancia durante una o dos noches con el fin de dar a conocer a los participantes la oferta disponible en destino y renovar nuestra imagen en la mayor medida posible.
- ⇒ **14 de noviembre – Presentación Estudiantes Instituto La Rosaleda.** El Instituto La Rosaleda nos solicitó una charla informativa sobre el trabajo que realiza tanto el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol como su Convention Bureau para la promoción de nuestro destino turístico. Los alumnos a quienes estuvo dirigida la presentación son estudiantes del módulo de Agencias de Viaje y Gestión de Eventos. Se les ofreció una presentación acerca del Patronato, su historia, a qué nos dedicamos, nuestra estructura, nueva estrategia de segmentación, mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística. Han mostrado gran interés y entusiasmo por la presentación ofrecida de una hora de duración y van a solicitar al Patronato la posibilidad de realizar prácticas profesionales en nuestro organismo.
- ⇒ **14 de noviembre – Webcast Costa del Sol OET Chicago (Málaga-Costa del Sol).** El Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol ha participado en un Webcast sobre Costa del Sol dirigido al mercado MICE organizado por la Oficina Española de Turismo en Chicago. Los compradores interesados en asistir al webcast y escuchar en tiempo real las diversas presentaciones tienen que registrarse previamente en la herramienta diseñada para ello. Finalizadas las presentaciones, pueden plantear preguntas a los ponentes. Entre nuestros objetivos al participar en esta acción figuraban el presentar el destino, su oferta MICE, así



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

como muestras de diversos productos y servicios a compradores norteamericanos interesados en Málaga-Costa del Sol además de tener la posibilidad de contactar a un buen número de compradores norteamericanos sin suponer ningún coste para el Patronato, ya que no hay que desplazarse a EE. UU. ni gastar en vuelos, desplazamientos, manutención o alojamiento. El webcast ha funcionado muy bien, con presentaciones interesantes, concisas y muy informativas. Una buena manera de “educar” a los clientes sobre la Costa del Sol y su oferta. Se registraron 70 personas y finalmente participaron 36. La media de audiencia ha superado los otros webcast que han realizado con otros destinos españoles. Han participado tanto agencias especializadas en organizar reuniones e incentivos, como clientes especializados en el segmento vacacional.

⇒ **14 al 18 de noviembre – Fam Trip OET Cantón.** A través de la Oficina Española de Turismo de Cantón, nos llegó la petición de colaboración con un viaje de prensa del sur de China, que visitó nuestro destino del 14 al 18 de noviembre. El grupo estaba compuesto por 5 periodistas, un touroperador, un representante de la OET de Cantón y otro de Turkish Airlines (8 personas en total). Desde un primer momento se ha contado con la colaboración de Turismo Andaluz, así como con las Áreas de Turismo de los Ayuntamientos de Antequera, Ronda, Marbella y Málaga. Con esta acción tenemos por objetivo continuar nuestra promoción del destino en estos mercados emergentes. Debemos señalar, que el mercado asiático es uno de los mercados emergentes de España y de la Costa del Sol y que supone una gran oportunidad para presentar nuestra oferta turística en este mercado que ha incrementado en un 33% sus reservas en España en el presente año 2012. El objeto de la visita, es conocer de primera mano, la amplia y variada oferta turística que ofrece nuestro destino. La intención era mostrarles una imagen de destino de calidad que ofrece todo, en este sentido se les elaboró un completo programa de excursiones a municipios de interior como Antequera y Ronda, y otros costeros como Marbella. Además de la visita obligada a Málaga capital. Los periodistas que en su gran mayoría era la primera vez que visitaban nuestro destino, coincidieron en destacar la variedad de la oferta que era capaz de ofrecer Málaga-Costa del Sol. Reservatauro en Ronda, el Museo Automovilístico de Málaga, el Museo de Artes y Costumbres de Antequera y Puerto Banús, han sido los sitios que más les han impresionado. En estos días han podido disfrutar de un excelente clima, y también conocer parte de la oferta museística de Málaga capital, de entre la cual destacaron el Museo Thyssen.

⇒ **16 de noviembre – Fam Trip Global Cynergies.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha colaborado en un fam trip organizado por NH Hoteles para la empresa internacional Global Cynergies. Desde el hotel NH Almenara nos contactaron para solicitar colaboración con un fam trip formado por 30 participantes de la agencia Global Cynergies con sede corporativa en Arizona, EE. UU. Global Cynergies es hoy en día una de





# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

las compañías líderes y con mayor crecimiento en la contratación de hoteles y destinos para el mundo de Reuniones y Eventos (MICE). Ha sido nombrada “Compañía Boutique” dentro de la industria por su alto grado de especialización, su probada metodología de negocio, por ser verdaderamente global, así como su evidente pasión y compromiso con sus clientes. Además tiene oficinas en 3 continentes con más de 80 ejecutivos. Todos los ejecutivos son responsables de desarrollar una cartera de clientes a través de llamadas de prospección y proponerles el mejor lugar para celebrar su reunión o evento. En cuanto al negocio que envían a España entre 2011 y 2013 han reservado 8.000 noches de hotel y en la actualidad tiene peticiones para 5.000 noches. El grupo quedó encantado con la visita a Ronda y con la presentación, ya que la mayoría de ellos no conocían el destino y era la primera vez que estaban en la Costa del Sol. A pesar de las dificultades del camino (la mitad se mareó por las curvas), todos coincidieron en que mereció la pena para poder ver lo más destacado de la ciudad de Ronda. Aunque fuera una corta visita en nuestro destino, definitivamente quedaron sorprendidos y realmente conocieron un destino nuevo para ellos, en lo que se refiere al segmento MICE, algo que buscan constantemente para poder sorprender a sus clientes con nuevas ideas.

⇒ **18 al 21 de noviembre – Puerta a Puerta Navieras (Londres, Southampton, Leicester e Ipswich).** Siguiendo el Plan de Acción 2013, el Patronato de Turismo de Málaga-Costa del Sol ha participado en una acción puerta a puerta en Reino Unido de la mano de Málaga Port, Cruceros Málaga y el Área del Ayuntamiento de Málaga desarrollada entre los días 18 y 21 de noviembre en Reino Unido. Entre nuestros principales objetivos al realizar esta acción figuraban: Mejorar el posicionamiento de Málaga como puerto de escala; búsqueda de acciones de co-marketing con navieras; análisis de los destinos competidores; formación agentes del sector, shorex e itinerary; establecer contactos con los responsables de las navieras así como la búsqueda de oportunidades puerto base. En términos generales, Málaga es un puerto atractivo en relación al producto Mediterráneo oeste y Atlántico, combinando con destinos como Galicia, Lisboa, Canarias, norte de África y Mediterráneo occidental. Fuera de ese rango, Málaga pierde posicionamiento estratégico, al no poder ejercer como puerto base o de tránsito para aquellos cruceros centrados en un producto en auge como es el Mediterráneo oriental (especialmente Grecia, Santorini o Rodas), Turquía, etc. En líneas generales, existe desconocimiento del destino por parte de los responsables de producto de las navieras visitadas, por lo que se propone contemplar acciones de familiarización durante el primer trimestre de 2014 de cara a la inclusión de una mayor oferta la programación de productos de 2015, factor que favorecería la inserción del Puerto de Málaga itinerarios. Los nuevos productos basados en la cultura, la gastronomía, museos u ocio han tenido muy buena acogida. Por otro lado, se han visitado las instalaciones del puerto de Southampton.



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

- ⇒ **19 de noviembre – Presentación Estudiantes IES Vega de Mijas.** Presentación realizada a un grupo formado por cuarenta alumnos de los primeros cursos de los Ciclos Formativos de Guías de Turismo, Agencias de Viajes y Eventos. La presentación tuvo lugar en nuestra sede y versó sobre nuestro destino, sus segmentos y productos, así como sobre la actividad que viene desempeñando nuestra entidad en su promoción y mejora. Se les ha hecho una presentación tanto visual, usando imágenes interesantes de nuestro destino, como hablada, por nuestra parte, acerca del Patronato: su origen e inicios y su devenir histórico, a qué nos dedicamos, cuál es nuestra estructura organizativa, cuales son los segmentos y mercados que promovemos, qué acciones comerciales llevamos a cabo, etc. Una vez realizada la presentación por nuestra parte, abrimos un turno de palabras para que los estudiantes hicieran las preguntas y plantearan las dudas que consideraron oportunas, lo que hizo que la presentación que tenía una duración prevista de media hora se extendió por casi dos horas. Se estableció un muy interesante debate, con turno de preguntas y respuestas que ofrecimos por nuestra parte. El ambiente general en que se desarrolló la presentación fue positivo y los estudiantes, como futuros trabajadores del sector turístico, mostraron un interés muy vivo por nuestra entidad, tanto en aspectos organizativos como funcionales, y nuestra actividad en pro de nuestro destino.
- ⇒ **19 al 21 de noviembre – EIBTM (Barcelona).** Esta feria es el punto de encuentro más importante del año entre proveedores y compradores internacionales. Una feria con un sistema de agenda de citas donde el Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol contó con 11 mesas de trabajo dentro del stand de Andalucía. Es el primer año que ha cambiado el formato del Stand de Turismo Andaluz, donde cada mesa de trabajo estaba ocupada por dos empresas. La feria ha tenido un desarrollo satisfactorio contando con la asistencia de más de 15.000 compradores de los cinco continentes. Se ha recibido un buen número de compradores internacionales, destacando clientes de Reino Unido, Brasil, Alemania, Rusia, Suecia, Noruega, Estados Unidos, España o Argentina. Gracias a la agenda de citas preestablecidas por la organización de la feria se han conseguido buenos contactos, aunque también ha habido no shows, de los que se ha informado debidamente a Reed Exhibitions, organizadores de la feria. Asimismo, Turismo Andaluz organizó el primer día de la feria un desayuno de trabajo con 90 compradores al que estaban invitados todos los expositores andaluces, donde se pudieron degustar productos gastronómicos de nuestra comunidad autónoma. En opinión de los empresarios asistentes se aprecia una recuperación de la actividad turística para 2014, así como un incremento de los viajes de incentivo, que en los últimos años habían caído considerablemente por la crisis económica. Vuelven los incentivos “puros”. Durante los tres días de duración de la feria hemos observado una mayor afluencia de compradores que en años anteriores y con mayor interés por el destino, por lo que el balance es mejor al de los últimos años.



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

- ⇒ **19 al 22 de noviembre – Jornadas de Comercialización Benelux (Bruselas, Amberes y Ámsterdam).** La OET de Bruselas, en colaboración de la Cámara de Comercio Oficial de España en Benelux, organizó estas jornadas de acuerdo con el siguiente calendario y temática: 19 de noviembre (Bruselas), jornadas “Exclusive Spain” (MICE + Elite); 20 de noviembre (Amberes), jornadas sobre “Grandes destinos de ciudad” (Cultural) y 21 de noviembre (Amberes) jornadas sobre “Relajarse en la costa” (Vacacional). Además de ello hubo una visita a la sede de Thomas Cook Bélgica el día 21 por la mañana. Seguido a los workshops, el 22 de noviembre, Turismo Andaluz organizó un almuerzo y workshop en Ámsterdam con touroperadores holandeses para ampliar el impacto de la acción a este país también. Nuestro objetivo al acudir a estas jornadas ha sido el de establecer nuevos contactos y dar a conocer la oferta y novedades existentes en Costa del Sol, con objeto de continuar promocionando el destino en un mercado que sigue siendo muy importante para la Costa del Sol y reposicionar la imagen de la Costa del Sol llevando presentaciones de los diferentes segmentos con todas las novedades. Fueron unos workshops muy bien montados desde la OET de Bruselas + Cámara de Comercio, con el único gran problema de la asistencia de touroperadores/agencias de viaje. Gracias a la visita a Thomas Cook Bélgica (sólo institucional) el impacto del viaje a Bélgica fue de interés. El último Workshop, organizado por Turismo Andaluz, fue de gran nivel en cuanto a número e importancia de participantes locales.
- ⇒ **21 al 24 de noviembre – Pos Tour EIBTM.** Como en años anteriores recibimos a través de Reeds la posibilidad de colaborar con uno de los pos tours en España que se ofrecen para compradores que asisten a la EIBTM. Inicialmente se eligen una serie de mercados prioritarios y desde la organización nos seleccionan a los clientes para que los invitamos a asistir. En cuanto a los participantes que asistieron contamos con un grupo de 6 compradores, 3 de Suecia (Estocolmo y Gotemburgo), 1 de Dinamarca, 1 de Rusia (San Petersburgo) y 1 de EE. UU. de los que la mayoría no conocían el destino o hacía mucho tiempo que habían estado. Se ofreció un completo programa de visitas desde jueves por la noche a domingo, combinando Málaga ciudad, Marbella y Ronda. Contamos con la colaboración del Málaga CB para ofrecer el programa de Málaga ciudad y con Turismo Andaluz. Nuestro objetivo principal al atender a este grupo ha sido el de mostrar el destino y sus posibilidades para el segmento MICE centrándonos en Málaga, Marbella y Ronda. Grupo muy bien seleccionado a través de Reeds muy interesado en el destino. Con intereses diferentes, unos más congresos otros grupos y programas exclusivos. Quedaron muy sorprendidos con la oferta del destino y motivados para crear programas para sus clientes en Costa del Sol. Han demostrado mucho interés por el destino, valorando muy positivamente el clima, las excelentes conexiones aéreas con Europa, la calidad y variedad de la infraestructura hotelera y la interesante oferta complementaria, de ocio y compras existente.





# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

- ⇒ **21 al 24 de noviembre – INTUR (Valladolid).** Esta Feria Internacional de Turismo de Interior mantiene un formato mixto tanto para público directo como para profesionales, que en esta ocasión se ha realizado bajo el lema “Descubre el interior”. Es una feria cada vez más consolidada en el panorama español. Nuestra participación en ella, viene a reforzar la apuesta que el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol viene haciendo, año tras año, por este sector en nuestra provincia, el turismo de interior. Uno de los objetivos principales de esta acción ha sido el de llevar, de acercar y difundir, la oferta de la rica y extensa gama de productos turísticos malagueños, tanto al público consumidor directo asistente de esta zona de España, Castilla-León, y muy especialmente a los agentes comercializadores de diversas partes del mundo que han participado en este evento promocional. Paralelamente a la feria se ha desarrollado, durante los días 21 y 22, una nueva edición de INTUR Negocios, un mercado de contratación especializado en turismo de interior en el que han participado touroperadores nacionales e internacionales, compañías de compras y empresas que comercializan un completo catálogo productos y servicios vinculados al turismo de interior. Ha habido 700 empresas inscritas del sector vendedor y 100 empresas del sector comprador. Paralelamente al evento ferial, se ha celebrado el Primer Congreso Internacional de Turismo de Interior con una participación de unos 300 congresistas provenientes de diversas nacionalidades. Consideramos que para dar a conocer nuestro interior sería necesario organizar un fam trip con agentes de viajes de Valladolid y de la región de Castilla-León que venden nuestro destino de Costa y Ciudad, pero no conocen bien la rica y variada oferta del interior de la provincia. Para ello se puede contar con el apoyo de las organizaciones de desarrollo de las diferentes comarcas.
- ⇒ **24 al 26 de noviembre – Fam Trip OET Cantón.** Dando cumplimiento al plan de acción correspondiente al segmento cultural, el Patronato de Turismo ha recibido un grupo de 7 agentes de viajes de China más un representante de Emirates. Esta acción se ha realizado en colaboración con la OET de Cantón, Turismo Andaluz, Ayuntamiento de Málaga y la línea aérea Emirates. Se ha trabajado en un programa en colaboración con la OET y Turismo Andaluz bautizado con el nombre de “Rapsodia de Otoño”, con un enfoque altamente cultural y lifestyle. El grupo de agentes de viaje que ha visitado el destino cuenta con el siguiente perfil de clientes: cultural, rutas, lifestyle, golf, shopping, lujo, gastronomía. El programa ha incluido visitas a Puerto Banús, Marbella y Málaga ciudad. Además de las visitas al destino, se ha organizado un workshop en la sede de Turismo andaluz con la participación de 16 empresas asociadas al Patronato. Se ha logrado una importante respuesta y colaboración por parte de las empresas asociadas al Patronato, logrando así reducir los costes de dicha acción además de lograr una mayor transparencia en todo lo relativo a gestión y coordinación de la acción. Es importante continuar realizando este tipo de acciones que den a conocer el destino Málaga-Costa del Sol al



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

mercado chino, ya que las ciudades que incluyen en sus programas son principalmente Madrid y Barcelona. Este tipo de acciones no implican un alto coste y nos permiten mostrar la oferta del destino in situ, logrando así poco a poco hacernos un hueco en el mercado.

⇒ **25 al 27 de noviembre – Jornadas Profesionales Países del Golfo (Doha y Dubai).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol participó en unas jornadas profesionales en los Países del Golfo árabe, organizadas por Turespaña desde la OET de Roma en Catar y Emiratos Árabes, concretamente en las ciudades de Doha y Dubai. La convocatoria de las jornadas fue dirigida a instituciones de promoción y empresas españolas que comercialicen producto vacacional, orientado a segmento de lujo y en menor medida a MICE. La delegación española ha estado representada por más de 20 empresas e instituciones de todo el país. El objetivo principal de esta acción ha sido el contactar con agencias especializadas en segmento de lujo y mostrar novedades del destino. Estas jornadas ha resultado un éxito para el destino, ya que se ha atendido a un gran número de profesionales, (agencias, touroperadores y aerolíneas) con gran interés por Málaga, como provincia, y en especial por Marbella y el turismo de lujo. En cuanto a las conclusiones de estos mercados, a continuación se indican datos sobre cada mercado en concreto, así como el punto de vista de dos de los grandes operadores de Doha y Dubai: Regency Travel y Dnata Travel. Según las reuniones mantenidas con los profesionales de estos mercados, la obtención del visado es el principal problema por el que los clientes descartan España como lugar de vacaciones. En cuanto al interés, es bastante alto, especialmente por nuestro destino, ya que los vuelos llevan tiempo operando a Madrid y Barcelona, los viajeros que ya viajaron por primera vez a España, ahora quieren conocer Marbella y la Costa del Sol. También hay que tener en cuenta que un gran porcentaje de la población son expatriados, y que cuando viajan, lo hacen a su país de origen. Los productos más demandados son el Shopping, City Break Cultural, Naturaleza y Turismo de Salud y Belleza y lunas de miel así como el legado árabe en el caso de España. También el turismo deportivo, muchos van a España para ver competiciones deportivas.

⇒ **29 de noviembre – Visita de Inspección British Birdwatching.** Tras nuestro paso por la feria de avistamiento de aves, “The British Birdwatching Fair” en Rutland, Reino Unido, se llegó a un acuerdo de organizar un fam trip para los agentes de viajes y touroperadores especializados en este segmento del mercado inglés. A través de la OET de Londres contactamos con la persona clave para orientarnos sobre fechas y profesionales a invitar en esta acción: Tim Appleton, organizador de la feria de Rutland y Gerente de la propia reserva. En este sentido, el Ayuntamiento de Málaga nos solicitó colaboración para realizar una visita de inspección en noviembre. Después de que nos puséramos en contacto con Tim Appleton, se le invitó a él y a un periodista especializado, Mathew



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

Merritt (Birdwatching Magazine). El objetivo de esta visita de inspección ha sido el mostrar las posibilidades de nuestra provincia en esta materia, así como todo aquello que complementa este tipo de viajes a nivel de alojamiento, restauración y demás oferta complementaria. Tras la visita a nuestra provincia, los invitados quedaron realmente encantados y sorprendidos de la cantidad de especies que pudieron observar durante su visita y de las grandes posibilidades que ofrece nuestro destino a este tipo de cliente. Matthew Merritt, periodista especializado de la revista Birdwatching en Reino Unido, comentó que se publicará un artículo exclusivo para el destino en la próxima edición de invierno.

⇒ **2 al 4 de diciembre – Puerta a Puerta Productoras Reino Unido MDC (Londres).** Tras acoger el viaje de familiarización correspondiente al proyecto de promoción, información y comercialización turística (PICT) “MAR de Culturas” en el pasado mes de mayo, el Patronato de Turismo de Málaga-Costa del Sol ha ejecutado un puerta a puerta con el fin de concretar el seguimiento de esta acción en referencia a los participantes pertenecientes a Reino Unido. Se han visitado 5 de las 7 agencias participantes en el viaje de familiarización llevado a cabo en mayo (en azul), procedentes de Reino Unido (las 5 agencias restantes procedían de Holanda). Otras cuatro citas (en rojo) corresponden a nuevos contactos o contactos establecidos en acciones previas (Conferencia Euroscreen, Málaga, noviembre 2013). El contenido de la presentación se ha basado en un breve briefing sobre el proyecto “MAR de Culturas”, seguida tanto de los medios como de los escenarios disponibles en nuestro destino en referencia a la línea trabajada hace unos meses. El objetivo principal del presente proyecto es la dinamización micro-económica local que pueda lograr una incidencia en el empleo y promoción municipal. El proyecto arroja también componentes únicos como la alianza entre municipios para la Promoción, Información y Comercialización turística (PICT) de manera que se pueda desviar negocio realizando venta cruzada. Las agencias consideran la provincia como un punto de interés cercano, con buen clima, y localizaciones adecuadas como potencial escenario de cara a futuros proyectos. Nos han recalado que están a la espera de recibir, propuestas en las que el destino pueda encajar para contactarnos y generar retorno que ponga el valor el destino especialmente en el mercado de Reino Unido.

⇒ **2 al 5 de diciembre – ILTM (Cannes).** Este evento está considerado como la principal feria dedicada al segmento de lujo entre oferta y demanda. El Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol ha dispuesto de una mesa de trabajo dentro del espacio destinado a España, donde se ha atendido cada una de las citas previamente concertadas mediante agenda online de una duración de 20 minutos cada una, con márgenes de 10 minutos entre cita y cita, ya que eran los compradores los que se acercaban a las mesas de los vendedores. Nuestro principal objetivo ha sido dar a conocer la oferta para turismo de



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

lujo en nuestro destino y la marca Elite Collection a compradores de diferentes mercados. En esta feria se invitan a compradores de todo el mundo incluidos mercados lejanos como Brasil, Rusia, India, EE. UU., etc. Esta feria representa una referencia anual en el calendario turístico con muy buenas críticas a pesar del coste de la mesa de trabajo, hecho que queda en segundo plano teniendo en cuenta el potencial impacto del gasto en destino por parte de estos clientes. La feria ha estado bien organizada, y el sistema de citas online ha funcionado correctamente y se han atendido 30 citas con clientes de calidad y un gran interés en el destino. Se ha llevado a cabo seguimiento de cada una de las citas y se ha facilitado detalles de contacto e información relevante demandada por los compradores, en su mayoría centradas en alojamientos de 5\*, villas privadas y pequeñas boutiques de lujo, contacto de un proveedor/DMC de confianza, instalaciones MICE en el destino, turismo cultural, gastronómico y de cruceros, o nuevos productos y destinos que aún desconocían.

⇒ **10 de diciembre – Workshop Asociativo Meetaxis (Bruselas).** El Costa del Sol Convention Bureau ha participado, junto con el Convention Bureau de Málaga, en un workshop organizado por la OET de Bruselas y la empresa Meetaxis, como ya se hizo en los años 2011 y 2012. Este año es la tercera edición de estos workshops, que son eventos especializados en el segmento de reuniones e incentivos belga dirigido exclusivamente a Convention Bureaux. Este año Meetaxis ha estructurado el evento en 2 workshops, uno que se celebró el 13 de junio dirigido al segmento corporativo y otro el 10 de diciembre dirigido al segmento asociativo. 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 internacionales. Es una buena oportunidad para mantener un contacto continuado con compradores de interés, informarles de las últimas novedades del destino, intercambiar conocimiento, experiencias y ponernos al día sobre las últimas novedades del sector, tendencias del mercado. Se contactó con un gran número de profesionales que asistieron al evento para conocer la oferta de nuestro país. Se les dio a conocer las posibilidades del destino de cara a congresos, principalmente, aunque y también a incentivos y reuniones. En la mesa de nuestro destino, también pudieron degustar algunos productos gastronómicos de nuestra tierra, mientras se interesaban por los atractivos de la provincia como lugar de celebración de todo tipo de congresos e incentivos.

⇒ **10 al 14 de diciembre – Fam Trip Turkish Airlines Andalucía.** El Patronato de Turismo de Málaga-Costa del Sol ha organizado junto con Turkish Airlines y Turismo Andaluz un fam trip de agentes de viaje de Arabia Saudí para la promoción y comercialización de los siguientes segmentos: lujo, cultural, gastronómico, cruceros, fútbol, viajes de novios y turismo familiar. Han visitado las ciudades de Málaga, Marbella, Granada y Córdoba. El



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

programa ha incluido visitas a Puerto Banús, Marbella y Málaga ciudad. Además de las visitas al destino, se ha organizado un workshop con empresarios locales (hoteles y agencias de viaje), en el que han participado 14 empresas asociadas al Patronato. Se ha logrado una importante respuesta y colaboración por parte de las empresas asociadas al Patronato, logrando así reducir los costes de dicha acción además de lograr una mayor transparencia en todo lo relativo a la gestión y coordinación de la acción. Se ha trabajado sobre el posicionamiento e imagen del destino por parte de los participantes con capacidad de creación de negocio satisfactoriamente. Se ha puesto en valor una amplia variedad de productos de calidad basados en aquellos segmentos con verdadero potencial en el mercado objetivo como han sido el cultural, gastronómico y el shopping. Es importante continuar realizando este tipo de acciones que den a conocer el destino Málaga-Costa del Sol en este mercado, ya que las ciudades que incluyen en sus programas son principalmente Madrid y Barcelona. Este tipo de acciones no implican un alto coste y nos permiten mostrar la oferta del destino in situ, logrando así poco a poco hacernos un hueco en el mercado.

#### 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.