



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

## RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS

### PATRONATO DE TURISMO DE LA COSTA DEL SOL NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2009

- ⇒ **1 al 5 de noviembre – Conferencia Anual TUI Reino Unido (Málaga-Costa del Sol).** El grupo TUI Travel reunió en la Costa del Sol a los directores de las agencias de viajes minoristas con sede en Reino Unido (el grupo First Choice y Thomson), aproximadamente 1.000 profesionales, para celebrar su congreso anual. Este congreso fue patrocinado por el Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Turismo Andaluz y Turespaña, mediante un acuerdo de colaboración suscrito con TUI que cuenta con un amplio paquete de acciones comerciales a llevar a cabo en los meses de noviembre y diciembre con el fin de estimular la venta de estancias en la Costa del Sol. Este paquete incluye actividades como incentivos tanto para el personal como los directivos de las agencias de viajes minoristas, campaña gráfica en el portal de TUI y First Choice, publicidad digital y de radio en las agencias de viajes, así como cursos de formación y presentación del destino en el Intranet de la red de distribución. El congreso se desarrolló a través de seminarios, presentaciones, actividades en equipo, jornadas de trabajo, almuerzos y cenas (una de ellas de gala y con entrega de premios). El grupo en su totalidad se alojó en el complejo de todo incluido Holiday World, en Benalmádena, donde también se realizaron muchas de las actividades programadas durante este congreso. Por su parte, el complejo Holiday World y los Ayuntamientos de Benalmádena y Torremolinos a través de patrocinios, ofrecieron el alojamiento y una de las cenas del congreso respectivamente. El grupo TUI es líder internacional de viajes vacacionales, opera en 180 países y atiende a más de 30 millones de clientes en los 20 mercados en los que está presente. El grupo emplea a cerca de 48.000 personas, cuenta con 4.000 puntos de venta en Europa y dispone de una línea aérea pan-europea con una flota de 155 aviones. La compañía se dirige principalmente al consumidor de ocio. En cuanto a la respuesta por parte de los participantes del congreso ha sido muy positiva, ya que en su mayoría han valorado el congreso como excelente y muchos lo han descrito como el mejor congreso de su vida.
- ⇒ **2 al 5 de noviembre – Visita de familiarización Signature Travel.** A través de Turismo Andaluz y la Oficina Española de Turismo de Los Ángeles, el Patronato de Turismo atendió a un grupo de agentes de viajes pertenecientes al Consorcio de Agencias Signature Travel Network. Por tercer año consecutivo, Turespaña ha firmado un acuerdo con este consorcio de EE. UU. que incluye diversas acciones y eventos promocionales entre los que se encontraba este viaje de familiarización. Signature Travel es un consorcio de agencias de viajes creado en 1956 en el sur de California con el nombre de Leisure Tours, denominándose Signature Travel Network a partir de 2004. En la actualidad agrupa a más de 185 miembros en 25 estados de EE. UU. Hoy en día cuenta con más de 6.000 profesionales del sector. El grupo, formado por 10 directivas de distintas agencias de viaje, visitó Marbella y Málaga capital y agradeció la atención recibida en nuestro destino, mostrándose muy sorprendido por las ofertas culturales, de ocio y gastronómicas de la provincia de Málaga ya que, aunque conocían la Costa del Sol como destino de sol y playa, desconocían la gran variedad de segmentos turísticos que nuestro destino ofrece y que tuvieron ocasión de conocer durante esta visita.



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

- ⇒ **4 al 5 de noviembre – TTW (Montreux).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en la 34 edición de la TTW, feria internacional de turismo dirigida únicamente a profesionales, compartiendo espacio con Turismo Andaluz dentro del stand que Turespaña monta para todo el destino español. Mencionar, además, que este año el TTW Bus Contact, dirigido a los autocaristas, se integró en la misma feria en lugar de celebrarlo un día antes como era tradicional. Como viene siendo habitual en los últimos años, en el transcurso de esta feria se ofrecieron diferentes ponencias y presentaciones para estudiantes de turismo. Durante la feria tuvimos la oportunidad de contactar con los TT. OO. más importantes de Suiza como Hotelplan del grupo M-Travel, Kouni y TUI Suisse. Por otro lado, mencionar que Turismo Andaluz, dentro del acuerdo que mantiene con el touroperador VT Vacances y en colaboración con su receptor Andalucía Auténtica, ofrecieron presentaciones conjuntas del destino a agencias de viajes y la noche del jueves organizó una cena a base de tapas en un barco para 150 agentes de viajes. Habiendo aumentado de forma considerable en los últimos años el turismo suizo alcanzando su máximo histórico en 2006, durante 2007 y 2008 se produjo un estancamiento. En lo que va del año 2009 se observa un considerable descenso debido a la crisis. Comentar que España sigue siendo el cuarto país más visitado por los suizos detrás de Francia, Alemania e Italia que son países fronterizos. Internet se ha convertido en el primer factor de decisión seguido de la recomendación de terceras personas. Por el contrario, perdieron terrenos los folletos y los anuncios. En cuanto a los principales TT. OO., Hotelplan y Kuoni siguen siendo los más populares, siendo TUI Suisse el tercer touroperador por facturación.
- ⇒ **5 de noviembre – Foro Internacional MAD '09 (Madrid).** Este año fue Madrid la ciudad elegida por Turespaña para organizar en colaboración con el Madrid Convention Bureau, el tercer Foro Internacional sobre Nuevas Tendencias en Marketing Turístico, esta edición bajo el lema “Conquistando la Mente del Consumidor Global”. El foro internacional MAD'09 contó con un completo programa de ponencias y mesas redondas a cargo de un nutrido grupo de especialistas provenientes del ámbito tanto nacional como internacional. En esta ocasión han sido varios los departamentos del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, cuyos representantes han tenido la oportunidad de asistir al mencionado foro. La jornada dio comienzo a las 10.30 horas con la inauguración del acto por parte de Joan Mesquida, secretario de Estado de Turismo, quién señaló que nuestro país ha conseguido asociar la marca “España” a “ocio, turismo y vacaciones” identificación que señaló como muy importante e incidió sobre la necesidad de que la mencionada marca sirva de paraguas a todos los destinos españoles para aprovechar su posición de liderazgo. Seguidamente el foro continuó con una serie de ponencias y mesas redondas.
- ⇒ **5 al 8 de noviembre – Visita de familiarización Agencias MICE Francia.** Se trata de la primera vez que desde el Convention Bureau del Patronato de Turismo se organiza un viaje de familiarización dirigido al segmento de reuniones e incentivos francés. Durante el fin de semana recibimos a cinco agencias organizadoras de eventos procedentes de distintas áreas de Francia que está buscando constantemente nuevos destinos, experiencias y actividades novedosas y originales para la celebración de reuniones de producto e incentivos. Así, les mostramos parte de la oferta hotelera, congresística, cultural, gastronómica y de ocio para la organización de sus reuniones, presentaciones de producto, convenciones e incentivos, haciendo especial hincapié en las últimas



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

novedades y proyectos que se están llevando a cabo en la Costa del Sol. Esta acción promocional se realizó conjuntamente con The Planner, agencia de marketing y comunicación con sede en Bélgica que es punto de referencia del segmento de reuniones e incentivos en Francia y Benelux, quienes colaboraron en la labor de investigación, selección e invitación de los participantes. El mercado francés es un mercado especialmente complicado que nos sigue viendo como un destino masivo de sol y playa. La labor de investigación e invitación de los participantes fue dura al igual que lo fue traer a estas cinco agencias, aunque en ningún momento se dejó de persistir ya que consideramos que no hay mejor forma de vender y transmitir lo que la Costa del Sol ha cambiado y puede ofrecer a los clientes que mostrar el destino in situ y a través de experiencias. La calidad de los participantes fue buena y una vez en nuestra provincia demostraron verdadero interés por el destino, valorando muy positivamente el poder conocer tanto el destino de costa como la oferta existente en el interior de la provincia. Quedaron especialmente maravillados con Ronda y Mijas así como con la gastronomía de la zona.

- ⇒ **6 de noviembre – Visita de Familiarización Central Holidays.** Grupo procedente de EE. UU. perteneciente a un importante touroperador norteamericano, Central Holidays. Viaje organizado por Turismo Andaluz en el que el Patronato de Turismo coordinó la visita a nuestra provincia contando con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga. Central Holidays, creado hace más de 30 años, es un touroperador estadounidense especializado en la organización de tours por Europa ofreciendo a sus clientes todo tipo de productos, desde paquetes de lujo, cruceros, hoteles y viajes totalmente personalizados. Su origen se remonta a 1998 con la adquisición y consolidación de 10 organizaciones líderes de agencias de viajes siendo, además, afiliado de Amadeus Global Travel Distribution. El grupo, formado por un total de ocho directivos de agencias de viajes, tuvo ocasión de realizar un recorrido guiado al centro histórico, Catedral, Alcazaba y Museo Picasso, así como una visita de inspección a varios hoteles. Un técnico del Patronato de Turismo realizó una presentación del destino en la que se hizo especial hincapié en las novedades de nuestra provincia con respecto a las comunicaciones y el gran crecimiento del mundo de cruceros en los últimos dos años. La presentación se centró asimismo en los segmentos cultural, gastronómico y de lujo en la Costa del Sol. Como punto final al viaje por Andalucía, decir que quedaron encantados con la experiencia de la ciudad de Málaga y sus posibilidades.
- ⇒ **7 al 12 de noviembre – Acción Promocional Centro Comercial Westfield (Londres).** Aprovechando la celebración de la feria WTM, Andalucía llevó a cabo en Reino Unido una campaña de marketing desarrollando acciones promocionales fuera del recinto de Excel. El objetivo de estas acciones no fue otro que trasladar al consumidor final la riqueza y variedad turística de Andalucía, tanto de productos como de destinos y, en el caso del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, de la provincia de Málaga. Estas acciones directas cuentan cada vez con más importancia debido al incremento de la contratación individual de las vacaciones. Esta acción promocional directa se desarrolló en el centro comercial Westfield London, uno de los principales recintos comerciales de la capital británica. Inaugurado en octubre de 2008, cuenta con 3.600 m<sup>2</sup>, más de 250 tiendas y 40 restaurantes. Está ubicado al noreste del centro de la ciudad, excelentemente comunicado y recibe alrededor de 480.000 visitantes a la semana con un



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

perfil de clase media-alta y gran nivel adquisitivo. La acción se desarrolló en la zona denominada "Atrium" con una extensión de 250 m<sup>2</sup> y tres espacios diferenciados para los distintos Patronatos de Turismo andaluces, así como un escenario en el que tuvieron lugar diversas actuaciones de cante y baile flamenco. En el caso del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, ofrecimos asesoramiento y complemento informativo con la pretensión de atraer tanto a los potenciales visitantes como a los turistas ya consolidados en nuestra provincia. El recurso más práctico y de mayor importancia en cada acción es siempre la misma: nuestra marca. La marca Costa del Sol es perceptible por una inmensa mayoría del público en general al cual le resulta familiar la Costa del Sol o han viajado a la provincia de Málaga. En cuanto a la asistencia y afluencia de público al espacio habilitado por el Patronato de Turismo de la Costa del Sol en el centro comercial Westfield de Londres, decir que alrededor de 2.000 potenciales visitantes a nuestra provincia fueron atendidos tanto directa como indirectamente desde el stand bien mediante una atención personalizada o bien a través de material corporativo.

- ⇒ **9 de noviembre al 6 de diciembre – Andalucía en Corredor Ferroviario AVE (España, ciudades varias).** Con el propósito de ver el funcionamiento de esta acción puesta en marcha por Turismo Andaluz, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol visitó la primera ciudad de la promoción "Andalucía en Corredor Ferroviario AVE", en este caso Ciudad Real. Esta acción contó con una minúscula carpa en el que estuvieron presentes los ocho Patronatos de Turismo andaluces (un mostrador para cada uno), que daba paso a un camión expositor con diferentes productos de Andalucía, los cuales no estaban identificados geográficamente. Asimismo, había una sala de proyección con diseño de un vagón de tren en el que se podía ver un audiovisual de Andalucía. Al ser el primer día tanto de la promoción en sí como la primera ciudad visitada, no pudimos ver dicho audiovisual al no estar terminado el montaje. También, y dentro del programa expositivo, había un bar montado en el que se podía degustar jamón y vino. Como complemento a lo anterior, se encontraba una carpa infantil donde los pequeños podían colorear un folleto en el que estaba presente Ociotour con el producto 40viajes.com en el que se invitaba a todos los visitantes a comprar su estancia de vacaciones en Andalucía. Esta promoción tuvo una duración de seis días por ciudad, visitando Ciudad Real, Tarragona, Valladolid, Lérida, Madrid, Zaragoza, Segovia y Barcelona.
- ⇒ **9 al 12 de noviembre – WTM (Londres).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó, un año más, dentro del espacio reservado por Turismo Andaluz en esta importante cita mundial de la industria turística. Miles de profesionales acuden al recinto ferial de Excel para dar a conocer tanto sus productos como para informarse del estado actual que atraviesa el sector turismo. Además de la labor de promoción turística habitual, el Patronato realizó diversas actuaciones en el transcurso de esta feria. A destacar la acción denominada "Follow the Sun" (Sigue al Sol) consistente en ofrecer a los empresarios, compradores y medios de comunicación asistentes a la feria la posibilidad de traslado en autobús en los trayectos de ida y vuelta al recinto ferial, durante los cuatro días de duración de la feria, desde distintos puntos de la capital londinenses. El objetivo de esta singular promoción fue, por un lado, la divulgación de nuestra marca y de nuestro destino y, por otro, pretender que los compradores recibieran el mensaje de que la Costa del Sol se preocupa por ellos en la feria más importante del panorama mundial. Además nos ayudó a que los empresarios londinenses se acercaran al stand del Patronato de



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

Turismo y así poder mostrarles nuestra oferta a la vez que le facilitamos el viaje de ida y vuelta a la feria más cómodamente. Esta acción ha sido considerada de gran éxito no sólo por el servicio tan útil que se les prestó a los profesionales y que tanto agradecieron, sino por la publicidad constante que se estuvo haciendo de nuestro destino a través de vallas publicitarias sobre ruedas que estuvieron paseándose por la ciudad de Londres desde el sábado 7 de noviembre hasta el jueves 12 de noviembre.

- ⇒ **9 al 12 de noviembre – Visita periodista Hans Avontuur.** La Oficina Española de Turismo de La Haya solicitó la colaboración del Patronato de Turismo de la Costa del Sol en el viaje de prensa por Andalucía del periodista holandés Hans Avontuur, con el objetivo de documentarse para la elaboración de unos artículos informativos turísticos. Uno de ellos se centra en una excursión en moto por las Alpujarras a incluir en la revista “Motor Magazine” y dos están dedicados a la provincia de Málaga a publicar en el diario “Algemeen Dagblad” y la revista de viajes y turismo “Reizen”. El Patronato de Turismo colaboró facilitándole el alojamiento tanto en Torremolinos como en Málaga capital. Asimismo le recibimos en nuestras oficinas donde le facilitamos toda la información necesaria para sus reportajes. Además, atendiendo a su petición, le coordinamos una entrevista en el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.
- ⇒ **12 de noviembre – Turnexo Invierno (Barcelona).** El Salón Turnexo, en el que se pretende mostrar la oferta turística a los agentes de viajes asistentes, está dedicado de forma exclusiva a profesionales del sector. En el mismo se pretende que estos profesionales conozcan un poco mejor nuestras propuestas de cara a la temporada invernal. Además, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol tiene la oportunidad de conocer de primera mano las opiniones de los TT. OO. y agentes de viajes sobre nuestro destino, así como la situación actual del mercado catalán. El formato es a modo de taller de trabajo, siendo nosotros quienes recibimos a los posibles compradores. Dispusimos de un stand modular con un lugar para la exposición de material promocional y una mesa con tres sillas para recibir a los agentes. La afluencia de visitantes estuvo en la línea de otras ocasiones. La mayoría de los agentes se concentraron entre las 13.00 y las 16.00 horas, coincidiendo con el cierre de las agencias y con el cóctel ofrecido por Nexotur y Turismo de Ronda. Antes del comienzo del aperitivo, nos dirigió unas palabras el gerente de Turismo de Ronda, Bartolomé Nieto, para dar a conocer la nueva marca de Ronda y las nuevas instalaciones creadas en dicho municipio para entrar en el sector de los congresos. El poder compartir unas horas con los agentes de viajes de Cataluña es siempre interesante debido a que podemos conocer cuales son las inquietudes de nuestros futuros clientes y poder mejorar a través de ellos nuestros servicios.
- ⇒ **16 al 19 de noviembre – International Golf Travel Market (Málaga-Costa de Sol).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en la Feria Internacional Golf Travel Market (IGTM), celebrada en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, con espacio propio desde donde atendió el calendario de citas que en esta edición no tuvo un solo espacio libre. Siendo, además, uno de los patrocinadores que apoyaron la celebración de este evento. Este encuentro internacional está organizado por Reed Travel Exhibitions con el apoyo de la Asociación Internacional de Tour Operadores de Golf (IAGTO), siendo España el primer país que ha acogido en cuatro ocasiones este evento. Gran Canaria en 2005, Marbella en 2006 y 2008 y Málaga en 2009. El director de la IGTM, Mark Walsh, se



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

mostró encantado de volver a Andalucía ya que, a su juicio, era el mejor lugar del mundo para celebrar este evento. Destacó que nuestra comunidad autónoma ofrece unas infraestructuras perfectas, buen clima y que ningún otro lugar podría atraer a tanto público procedente de 65 países entre los que se encuentran mercados emergentes como China o India. El conocimiento que se tiene de la Costa del Sol como destino de golf es muy conocido en Europa no siendo así en países emergentes como Japón, China, India, Argentina o Brasil con jugadores de alta capacidad de gasto. El último día de la feria se anunció que España, y más concretamente Valencia, será sede en 2010 de la IGTM, el foro más importante a nivel mundial especializado en este segmento turístico.

- ⇒ **16 al 19 de noviembre – Visita periodista Thomas Gustaffson.** A petición de la Oficina Española de Turismo de Estocolmo, atendimos el viaje de prensa del periodista sueco Thomas Gustafsson que viajó a Málaga para escribir un reportaje sobre la Costa del Sol. Nuestra colaboración consistió en ofrecerle el alojamiento y un coche de alquiler para los cuatro días de estancia en nuestra provincia. En cuanto al alojamiento, el Sr. Gustaffson mostró especial interés en hoteles que destacaran por su diseño o encanto por lo que le gestionamos el alojamiento en el hotel Del Pintor de Málaga, Ecohotel Puerto de Ojén y el hotel San Cristóbal de Marbella. El reportaje será publicado en el diario nacional “Aftonbladet”, el de mayor tirada de Suecia con 1.200.000 millones de lectores diarios. También es bastante probable que el periodista publique en la revista de viaje “Res”. Thomas Gustafsson ha sido corresponsal de “Aftonbladet” en Madrid durante varios años y ha escrito varios libros sobre España, el último publicado este mismo verano.
- ⇒ **16 al 20 de noviembre – XX Congreso AEDAVE (Gran Canaria).** El Patronato de Turismo participó en la celebración del XX Congreso de la Asociación Española de Agencias de Viajes (AEDAVE) donde participamos activamente en las sesiones de trabajo en la que entre otros temas, se trató de la trasposición a la ley española de la directiva Bolkestein que afectará muy directamente al sector turístico en general y a las agencias de viajes en particular. Como suele ser habitual en este tipo de foro, mantuvimos varias reuniones y contactos con agencias de viajes, medios de comunicación como “Nexotour” y “Agenttravel”, así como con transportistas, Iberia y RENFE-AVE. La presidencia de AEDAVE tanto en las jornadas de trabajo como en el acto de clausura del congreso, agradeció al Patronato de Turismo de la Costa del Sol su participación y colaboración en el desarrollo del congreso resaltando que éramos de los pocos destinos españoles que siempre estaban y apoyaban a los agentes de viajes españoles por lo que esperaban de los asociados de AEDAVE un tratamiento a la Costa del Sol igual que el que éste le dispensa a ellos.
- ⇒ **17 de noviembre – Presentación Escuela de Turismo Eslovenia.** A petición de la agencia Ekip Europa, el Patronato de Turismo colaboró en la visita a Andalucía de un grupo de cuatro profesores de la Escuela de Turismo Sukromna sredna odorna skola Dunajska Streda de Eslovaquia. Durante su estancia en nuestra provincia se desplazaron a Mijas donde realizaron una degustación de vinos. También visitaron las instalaciones del CIO Mijas para comprobar de primera mano la elaboración de algunos de los platos que componen nuestra oferta gastronómica. Además, un técnico del Patronato de Turismo de la Costa del Sol realizó una presentación en la que se les proporcionó una amplia información sobre la variedad de productos que la provincia ofrece como destino



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

turístico. Asimismo, se mostraron muy interesados en conocer la labor del Patronato de Turismo, las acciones que desarrolla así como nuestra estructura relacional con el resto de entidades turísticas. Tras la presentación el grupo se mostró muy interesado y realizó diferentes preguntas. También se les proporcionó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesiten del destino.

- ⇒ **18 de noviembre – Visita prensa internacional IGTM.** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, al igual que años anteriores, organizó un programa de visitas para el grupo de prensa internacional que participó en la feria IGTM celebrada en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga. En esta ocasión se efectuó una visita a Antequera donde, en colaboración con el Área de Turismo del Ayuntamiento de esta localidad, pudieron disfrutar de todo su patrimonio artístico y natural. La visita comenzó en los Dólmenes para, a continuación, recorrer el casco antiguo, la Alcazaba y la Real Colegiata de Santa María la Mayor para finalizar con un paseo por El Torcal. Este Patronato de Turismo les ofreció los servicios de una guía-interprete y un almuerzo en el Convento de la Magdalena. A los postres, se les obsequió con un espectáculo flamenco.
- ⇒ **19 al 22 de noviembre – INTUR (Valladolid).** El Patronato de Turismo participó, dentro del stand de Turismo Andaluz, en la decimotercera edición de la Feria Internacional de Turismo Interior que en esta edición se desarrolló bajo el lema “Tú eliges”, feria cada vez más consolidada. Nuestra participación en esta feria viene a reforzar la apuesta que el Patronato de Turismo de la Costa del Sol viene haciendo, año tras año, por este segmento en nuestra provincia. Uno de los objetivos principales de esta acción ha sido el de llevar, acercar y difundir la oferta de la rica y extensa gama de productos turísticos malagueños tanto al público consumidor asistente de la zona de Castilla y León como, y muy especialmente, a los agentes comercializadores de diversas partes del mundo asistentes a este evento. Dentro de la feria se desarrollan dos grandes apartados: INTUR Negocios e INTUR Rural. INTUR Negocios consistió en unas Jornadas de Comercialización y Contratación de Productos Turísticos a través de 80 mesas de trabajo donde se presentó una selección de la oferta comercializable tanto nacional como internacional. INTUR Rural, que ya se puso en marcha hace dos años, ha incrementado también el número de mesas con respecto a ediciones anteriores, llegando casi a las 80. Sigue el modelo de trabajo de INTUR Negocios de poner en contacto a los representantes de la oferta y la demanda que, en este caso, es el usuario final, el viajero. En líneas generales, el resultado de la feria INTUR, bajo sus dos apartados de Negocios y Rural, puede considerarse muy positivo tanto para los asistentes a las jornadas profesionales como para los asistentes a los diferentes stands, quienes mostraron un alto grado de satisfacción. El número de visitantes, según los responsables, fue igual al de la edición anterior, unas 43.000 personas.
- ⇒ **20 al 22 de noviembre – Ilta Sanomat.** La Oficina Española de Turismo de Helsinki solicitó la colaboración del Patronato de Turismo de la Costa del Sol en el viaje de prensa de la periodista Sari Autio, redactora del periódico finlandés “Ilta Sanomat”, quién acudió a la provincia de Málaga con el objetivo de escribir un reportaje con motivo de la celebración del 50 aniversario del primer vuelo charter Málaga-Helsinki. Nuestra labor consistió en gestionarle el alojamiento y coordinar un programa de visitas con el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga que puso un guía a su disposición, persona que le



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

acompañó en un recorrido por el centro histórico y una visita al Museo Picasso. Además, le proporcionamos material promocional e informativo y le ofrecimos un almuerzo en el exclusivo restaurante La Moraga del chef Dani García.

- ⇒ **20 al 22 de noviembre – Visita de Familiarización Post IGTM.** Una vez finalizado el encuentro más importante del mundo del segmento golf, International Golf Travel Market, el Patronato de Turismo y Turismo Andaluz organizaron una visita de familiarización para una veintena de TT. OO. de golf que asistieron a dicha feria y que eligieron la Costa del Sol como destino para completar su viaje de trabajo. Estos TT. OO., procedentes de países como EE. UU., República Checa, Canadá, India, Gran Bretaña, Alemania, Egipto, Colombia, Suecia, Rusia o Eslovaquia, disfrutaron de un programa que aunque intenso, fue muy interesante en contenido. Dentro del programa organizado, visitaron la sede del Patronato de Turismo donde se les realizó una presentación del destino y se les hizo entrega de material promocional y regalos. Posteriormente se les organizó un torneo en el campo de golf Atalaya que fue seguido de un almuerzo, concluyendo el día con una cena en Benahavís. Al día siguiente, además de diferentes visitas a establecimientos hoteleros y campos de golf, jugaron en Los Flamings donde almorzaron tras un magnífico día. Por la noche se desplazaron al Puerto de Manilva donde disfrutaron de una cena como despedida del fin de semana.
- ⇒ **23 de noviembre – Visita de Familiarización Miki Travel.** Representantes del touroperador japonés Miki Travel realizaron una visita a nuestra provincia que fue atendida por técnicos del Patronato tras una petición recibida por parte de Turismo Andaluz para colaborar con un viaje de familiarización compuesto por 15 representantes del citado touroperador. España recibió 237.000 turistas japoneses en 2008. Los motivos que han incidido directamente sobre el turismo emisor japonés hacia España, y nuestro destino son varios. Entre ellos, destacar principalmente la inexistencia de vuelos directos con España (haciendo escala de varias horas vía París, Ámsterdam, Londres o Frankfurt hacia Madrid), la coyuntura económica padecida hasta el momento que ha incidido directamente sobre el mercado turístico reduciendo las ventas hasta en un 40% hacia España durante este último año, y la depreciación del yen frente al euro, además del encarecido precio de los pasajes aéreos debido a la subida del precio del petróleo. A parte de estos factores, afectan circunstancias como el elevado precio de los pasajes aéreos, la percepción de inseguridad desde Japón (sobre todo para las grandes capitales como Madrid y Barcelona) y el problema de la incomunicación por el idioma y las costumbres gastronómicas. La llegada de turistas japoneses a España cayó un 31% durante 2008 y casi un 17% de enero a julio de 2009. Una vez finalizada la visita, los agentes expresaron su interés hacia la oferta turística del destino Costa del Sol y su agradecimiento por la atención recibida, por lo que el viaje ha sido valorado positivamente.
- ⇒ **27 al 29 de noviembre – Final III Costa del Sol Masters Madrid (Málaga-Costa del Sol).** El Club de Golf Jarama RACE fue el vencedor del III Circuito Costa del Sol Masters Madrid, evento promovido y organizado por el Patronato Provincial de Turismo, que se disputó en el campo de golf Los Flamings y cuya entrega de trofeos tuvo lugar en el hotel Villapadierna. Un total de seis equipos disputaron a lo largo de toda la jornada esta final. De forma paralela tuvo lugar un torneo para invitados y prensa, estando





# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

representados la mayoría de los medios locales y nacionales destacando, entre otros: Radio Marca, Antena tres, Periodigolf, Golfsenior, Golfdigest, ABC, Motorgolf, agencia EFE, RTVE, Canal Plus, Andalucía Golf, Sur y Tele 5. Entre los invitados se pudieron ver muchas caras conocidas como el torero Oscar Higares, el periodista Matías Prats, Verónica Mengod, Juan Carlos Arteché, Raquel Revuelta, Raquel Rodríguez así como directivos de Iberia, AVE-RENFE, Muchoviaje.com. Los equipos finalistas fueron Club Real Sociedad Hípica, Club de Golf la Moraleja, Club de Golf Olivar de la Hinojosa, Club de Campo Villa de Madrid, Lomas del Bosque y Club Jarama RACE. Todos ellos han venido disputando torneos eliminatorios, entre los meses de abril y octubre del presente año, con más de 2.500 participantes. La convocatoria, abierta a todos los federados madrileños, ha sido un éxito edición tras edición. Este circuito, que ha celebrado ya su tercera edición, nació con la intención de atraer a los golfistas madrileños hacia la Costa del Sol dándoles a conocer las enormes posibilidades que se abren para la práctica del golf en nuestro destino, sobre todo a raíz de la puesta en marcha del corredor Madrid-Málaga, atendido por trenes AVE, que ha puesto la capital a poco más de dos horas. Además, los datos relativos al mercado madrileño ponen de manifiesto un exceso de demanda muy alto en relación a la oferta de campos existentes pues la comparativa entre ambas nos da un ratio de 2.790 jugadores por campo.

- ⇒ **27 al 29 de noviembre – “City Steps Magazine”/”De Zondag”.** La Oficina Española de Turismo de Bruselas contactó con el Patronato de Turismo para solicitar apoyo en la visita de prensa del periodista Igor Vandenberghe y el fotógrafo Peter Engelbeen, quienes viajaron a nuestra provincia con el fin de realizar un reportaje turístico centrado en la capital costasoleña a incluir en los medios “City Steps Magazine” y “De Zondag”. “City Steps Magazine” es una revista de estilo de vida de periodicidad mensual que se distribuye gratuitamente en los buzones. Cuenta con una tirada de 645.000 ejemplares y el precio de una página de publicidad a color es de 29.000 euros. “De Zondag” es un periódico de información general de periodicidad semanal que se distribuye gratuitamente los domingos en las panaderías. Su tirada es de 645.000 ejemplares y el precio de una página de publicidad a color es de 29.500 euros. En esta visita contamos con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y del Museo Picasso.
  
- ⇒ **1 al 3 de diciembre – EIBTM (Barcelona).** Se trata de una de las ferias de turismo de reuniones más importantes del mundo, en la que el Convention Bureau de la Costa del Sol, departamento especializado en turismo de reuniones e incentivos del Patronato de Turismo, asistió con una treintena de asociados entre hoteles de 4 y 5 estrellas, DMC’s y otras empresas de servicios con el fin de promocionar tanto a la Costa del Sol como a sus miembros. El formato de esta feria es como el de cualquier otra feria del sector. El Convention Bureau de la Costa del Sol dispuso de dos mostradores y dos mesas de trabajo dentro del stand de Turismo Andaluz, contando durante los tres días con una apretada agenda de citas preestablecidas por la organización de la feria de las cuales se han conseguido buenos contactos. En la mayoría de las citas y reuniones mantenidas, los compradores mostraron un gran interés por el destino y sus novedades. En líneas generales, la calidad de los compradores fue buena. Los principales mercados interesados en la Costa del Sol como destino de reuniones, convenciones e incentivos fueron España, Polonia, Rusia, Suecia, Francia, EE. UU. y Canadá.



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

- ⇒ **3 al 6 de diciembre – Visita de familiarización Post EIBTM.** El Convention Bureau del Patronato de Turismo de la Costa del Sol recibió a un grupo de 14 agencias y casas de incentivo con objeto de mostrarles parte de la oferta hotelera, congresística, cultural, gastronómica y de ocio existentes para la organización de sus reuniones, presentaciones de producto, convenciones e incentivos. En este viaje, que tuvo lugar como continuación a la feria EIBTM de Barcelona, se ha querido hacer especial hincapié en las últimas novedades y proyectos que se están llevando a cabo en la provincia de Málaga. Esta acción se llevó a cabo en colaboración con Reed Travel Exhibitions, organizadores de la feria EIBTM de Barcelona, que han ayudado en la labor de investigación y preselección de los participantes, quienes posteriormente han sido seleccionados e invitados por el Convention Bureau. Con el fin de ir introduciéndonos y dándonos a conocer en nuevos mercados se invitó a clientes procedentes de Polonia y Australia, así como a otros de otros mercados tradicionales como Reino Unido, Bélgica, Noruega y Suecia. Como conclusiones hay que destacar la alta calidad de los participantes en este viaje. Todos ellos demostraron mucho interés por el destino, valorando muy positivamente el clima, las excelentes conexiones aéreas con Europa, la calidad y variedad de las infraestructuras hoteleras y la interesante oferta complementaria, de ocio y compras existentes. Sus clientes les demandan constantemente el destino España y la Costa del Sol, que para ellos es muy atractiva por nuestra riqueza histórica, gastronómica y cultural, por lo que habrá que seguir trabajando y dándonos a conocer en estos mercados, diversificando nuestros sectores de promoción.
- ⇒ **4 al 6 de diciembre – Congreso Anual Travel Counsellors (Manchester).** El objetivo del Patronato de Turismo al asistir a esta conferencia fue estar en contacto con estos agentes que trabajan desde sus casas y darles a conocer todos los productos que el destino ofrece. Oportunidad que se dio, en gran parte, en las jornadas de trabajo donde se pudo hablar directamente con los participantes que estaban interesados en nuestra oferta turística, especialmente en los segmentos de city break y cruceros. Travel Counsellors, fundada en 1998, cuenta ya con 400 agentes en distintos países y 900 agentes en Reino Unido, todos ellos teleoperadores que trabajan desde sus hogares. Contando con un total de 1.300 teleoperadores a nivel mundial, Travel Counsellors ya tiene presencia en Irlanda, Holanda, Sudáfrica, Australia, Canadá, Alemania y EE. UU., además de Reino Unido. El 83% de los Travel Counsellors son mujeres, el 77% tienen hijos y sus edades están comprendidas entre los 31 y los 50 años. Los últimos datos ponen de relieve un cambio de tendencia de los británicos sobre el destino a elegir para sus vacaciones. Debido al periodo de recesión, la zona no euro es la que más se ha visto beneficiada como Egipto, Florida y el Caribe, que son los destinos elegidos por los británicos para pasar sus vacaciones de Navidad. Batiendo el récord de participación, más de 150 proveedores participaron en la sesión de “Pow Wow” (sesión de trabajo) donde todos los Travel Counsellors pudieron conocer toda la oferta allí expuesta como hoteles, aerolíneas y destinos turísticos entre los que estaban Turespaña, Turismo Andaluz, y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol, entidades que además patrocinaron el primer almuerzo ofrecido a los congresistas.
- ⇒ **10 de diciembre – Madrid Travelthing (Madrid).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol asistió a la tercera edición de Madrid Travelthing, un evento anual de referencia en el sector turístico y las nuevas tecnologías, organizado por el Ayuntamiento de Madrid



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

en colaboración con Google. Travelthing, se creó con el fin de convertirse en un marco global de diálogo para las empresas y entidades turísticas. En esta tercera edición, la jornada se centró en las experiencias de éxitos nacionales e internacionales de determinadas empresas con el objetivo de servir de modelo e inspiración a otras muchas. Este año a diferencia de los anteriores, se ha apostado por una mayor participación del público asistente junto a una mayor interactividad entre los ponentes. La jornada estuvo estructurada en tres bloques o secciones: Promoción y Comunicación, Distribución y Gestión de la experiencia de destino. Resumiendo las conclusiones de estos bloques, decir que el 2010 va a ser un año difícil y las reacciones serán distintas según los mercados. Hay destinos en Europa que se empiezan a recomponer, no es desde luego el caso del de España. Debemos ser más agresivos con las herramientas que están a nuestro alcance, ya que los valores agregados serán los responsables de mover la oferta. Habrá que reducir consumos y realizar cambios en los modelos de gestión. No hay duda que una apuesta total por el desarrollo tecnológico permitirá ser más eficientes. Sobra comentar, que en un entorno tan competitivo y ante la realidad turística que vivimos, hay que apostar por nuevas fórmulas promocionales, basadas en el uso de las nuevas tecnologías, y en la propia experiencia de los consumidores.

⇒ **7 al 10 de diciembre – International Luxury Travel Market (Cannes).** El Patronato Provincial de Turismo de la Costa del Sol estuvo presente en la que ha sido la octava edición de la ILTM, feria internacional de lujo, a la que asistió con mesa de trabajo propia dentro del stand que Turespaña instala para todo el destino español. La feria comenzó con un foro acerca del turismo de lujo en el que se mantuvieron dos debates, uno bajo el título de “Keeping Luxury Relevant in Today’s Market” (o como mantener el lujo en auge en el mercado actual) y otro “The Future of Luxury Travel” (El futuro del turismo de lujo), en los que intervinieron importantes personalidades del mundo del turismo de lujo, representando a empresas como: Six Senses, Nomads of the Seas, Fairmont Hotels, One & Only Resorts, Jumeirah, Intercontinental, Virtuoso, Space Adventures entre otras. La feria tuvo un formato de citas preestablecidas, teniendo este Patronato una agenda de 41 citas. Se asistió también, en una de las jornadas a la sesión de citas rápidas en una hora (Speed Networking) especializada en turismo cultural y gastronómico en el que se pudieron atender otras ocho citas más. Más de 3.600 proveedores y compradores especializados en turismo de lujo se dieron cita en esta feria especializada que en esta edición se cerró con más de 43.000 citas. Se atendieron tanto compradores que conocían bien el destino, especialmente Marbella, a los que se les transmitieron las novedades existentes, como compradores de mercados emergentes, que están empezando a ofrecerlo y no lo conocen bien. La ILTM es muy importante dentro del segmento de lujo con compradores de muy alto nivel que buscan destinos exclusivos. Como conclusión del debate se comentó que los mercados emergentes más importantes para el turismo de lujo podrían ser China, India y Rusia y se destacó que se puede mirar el 2010 con confianza y optimismo para este sector.

⇒ **9 al 10 de diciembre – Encuentro con TT. OO. y Prensa (París).** La Costa del Sol como atracción turística para el mercado francés fue el objetivo en París de la promoción presentada por responsables del Patronato de Turismo de la Costa del Sol con el propósito de mantener e incrementar la llegada de turistas galos. En un acto celebrado en el hotel Intercontinental de París Le Grand representantes del ente promocional,



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

encabezados por su presidente, Salvador Pendón, explicaron a TT. OO. y prensa especializada la oferta turística de la Costa del Sol, donde la crisis económica apenas ha causado disminución en la llegada de visitantes desde Francia. En los actos convocados en París por la representación malagueña se incluyó además una demostración de la oferta gastronómica de la Costa del Sol y una cata de vinos y aceites de Málaga. Entre los periodistas presentes en el acto figuraron Vincent Calonnec, director de TV5 francesa; Anne Lombardo, de Tourmagazine (la publicación del sector turístico más importante en Francia) que realizó una entrevista para la sección "Palabra de experto". Además estuvieron Christine Masson, autora de la guías Louis Vuitton, cuya edición de 2010 está dedicada entre otras ciudades a Málaga y Marbella; Maud Charlton, de Univers des Voyages; Nathalie Froissart, de "A tout Sens"; Javier Alonso, delegado de la Agencia EFE en París; José M<sup>a</sup> Patiño, Cadena Ser; Asunción Serena, de la COPE. Además se mantuvieron contactos con Michel Jean-Richard, del touroperador Parfums de Monde y María Garzón, de Air Europa. Las llegadas de pasajeros franceses durante 2008 al aeropuerto de Málaga suponen 226.000 pasajeros (hay que tener en cuenta que el turista francés viaja mucho en autocar, coche propio y autocaravana). El turista francés demanda principalmente alojamientos hoteleros durante su estancia en la Costa del Sol, siendo el hotel de 4 estrellas el más solicitado, con una cuota del 64,9%. La estancia media de los turistas franceses en la Costa del Sol superó en 2008 los 10,6 días y hasta octubre de 2009 se ha constatado mayor uso de establecimientos hoteleros (un 91% de los que viajan). Igualmente se constata en este año que se incrementa los alojados en régimen de alojamiento y desayuno, reduciéndose los alojados en régimen de pensión completa.

## 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 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 de Turismo de Costa del Sol frente a cualquier reclamación judicial o extrajudicial, ya sea administrativa, civil o penal que el mismo pudiere recibir.