



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS

PATRONATO DE TURISMO MÁLAGA – COSTA DEL SOL ENERO – FEBRERO 2013

- ⇒ **11 al 13 de enero – Press Trip TV Thai.** A través de la Oficina Española de Turismo en Singapur, nos llegó la solicitud de colaboración con la visita de grupo de ocho periodistas de la primera televisión tailandesa, interesados en realizar un reportaje sobre Málaga-Costa del Sol como destino de lujo y de golf. 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. Tailandia ocupa la primera posición entre todos los mercados del sudeste asiático hacia España. Se les organizó un interesante programa de visitas y 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 pudieron disfrutar de un excelente clima, conocer de primera mano la cultura, las tradiciones y la gastronomía de nuestra provincia. Todos los participantes coincidieron en calificar esta visita como una experiencia única y aseguraron volver pronto para conocer la amplia oferta turística que el destino costasoleño ofrece.
- ⇒ **17 de enero – Presentación Estudiantes IES Vega de Mijas.** El Instituto nos informó de que en el mes de enero tenían gran interés en visitar el Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol con un grupo de estudiantes de los ciclos formativos de Turismo y Hostelería con objeto de conocer quiénes somos, a qué nos dedicamos, nuestro funcionamiento, estructura y segmentos, etc. Se les ha realizado una presentación acerca del Patronato, su historia, a qué nos dedicamos, nuestra estructura, segmentos y mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística, finalizando con la proyección de un DVD del destino. Les ha parecido muy interesante la presentación del Patronato de Turismo, conocer cómo funcionamos, nuestra estructura, acciones promocionales que realizamos, etc. todo ello presentado a través de ejemplos prácticos.
- ⇒ **17 al 20 de enero – Fam Trip Turkish Airlines Doha y Dubai.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha acogido de la mano de la aerolínea Turkish Airlines la visita de un grupo de agentes de viaje procedentes de Doha y Dubai, especializados en el segmento lujo y MICE. El grupo ha estado representado por un total de 14 participantes, entre los que se encontraban tanto responsables de marketing de Turkish airlines en origen así como las agencias con mayor protagonismo en ambos países colaboradoras de la aerolínea, como Dnata, Kanoo Travel, Al Rais Travel, Regency Holidays, BCD Travel, ATS, ITS o Qatar Travels, entre otros. El principal objetivo de su visita ha sido estimular la comercialización turística procedente de ambos mercados de oriente próximo. Desde este Patronato se coordinó una sesión profesional con todos y cada una de las empresas



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

colaboradoras en el programa, desarrollándose un workshop durante la mañana del viernes en el hotel Vincci Estrella del Mar en Marbella. Esta sesión profesional, de 2 horas de duración, reunió a los citados agentes con agencias receptoras y hoteles del destino interesados en presentar y entablar o consolidar su relación comercial con cada una de las agencias presentes. Para nosotros es fundamental mostrar a estos mercados la amplia oferta de lujo de la que disponemos además de la oferta cultural para que Para nosotros es fundamental mostrar a estos mercados la amplia oferta de lujo de la que disponemos además de la oferta cultural, para que la puedan transmitir a la hora de vender nuestro destino. Estos mercados aunque no envían un volumen alto de clientes, sí los traen de mucha calidad. Además de basar el programa en la oferta de lujo se incluirá algo de ocio, shopping y cultural a petición de Turkish Airlines. Y se podría incluir visita al puerto para que puedan ver la importancia del turismo de cruceros. Nos comentan que venden algo de cruceros, pero normalmente desde Barcelona. La calidad de los participantes ha sido alta, contando con algunas de las principales agencias con mayor importancia en los mercados de Emiratos Árabes Unidos y Qatar. Los mismos, manifestaron su grata sorpresa y confianza en convertir el potencial de venta de la oferta disponible en Costa del Sol en origen y el retorno del mismo en el corto/medio plazo. Sería muy importante consolidar este formato de acciones en mercados emergentes con similares dada la respuesta de todas las partes inmersas y su evidente optimización en lo relativo a la ratio inversión/retorno.

- ⇒ **22 de enero – Presentación Estudiantes Colegio Maravillas.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha realizado en su sede una presentación sobre el destino y nuestra entidad a estudiantes alemanes que cursan español en el Colegio Maravillas. Se trata de un grupo de estudiantes alemanes de formación profesional relacionada con el turismo, que están realizando prácticas en agencias de viaje en Alemania y han venido 3 semanas a completar su formación. Durante su estancia en la provincia tenían previsto realizar diversas visitas a establecimientos turísticos y, entre ellas, había gran interés en visitar el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol para conocer sus instalaciones, quiénes somos, a qué nos dedicamos, nuestro funcionamiento, así como que se les realizara una presentación técnica del destino. Se les realizó una presentación en español y alemán acerca del Patronato, su historia, a qué nos dedicamos, nuestra estructura, segmentos y mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística, finalizando con la proyección de un vídeo del destino.
- ⇒ **28 al 29 de enero – Fam Trip Emirates Airlines Kuwait.** A petición de la OET de Roma, colaboramos en un viaje de familiarización con la aerolínea Emirates Airlines, con base en Kuwait, y con la cadena The Leading Hotels of the World. Este fam trip reunió a diez importantes agentes de viajes procedentes de Kuwait, que visitaron Madrid, Málaga y Sevilla. Kuwait es un mercado que nos interesa especialmente para el segmento de Elite.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

Es por tanto, una buena oportunidad para que conozcan la Costa del Sol en su segmento de lujo haciendo hincapié en la zona de Marbella y Estepona por ser destinos bastante conocidos en Kuwait por los segmentos de turismo residencial y familiar. En la preparación de este fam trip han colaborado Turismo Andaluz, el hotel Vincci Posada del Patio, los Ayuntamientos de Marbella y Estepona, la cadena hotelera Blue Bay, la Escuela de Arte Ecuéstre de Estepona y el club de playa Puro Beach. Teniendo en cuenta de que disponían de un tiempo muy limitado (tan sólo un día y medio en nuestro destino), se les pudo enseñar en esencia lo que Málaga y la Costa del Sol representan para este tipo de mercado. En cuanto a las preferencias para futuras visitas, sería conveniente tener en cuenta la gran afición que tienen los kuwaitíes en general por el fútbol, e intentar que coincida algún partido del Málaga para que puedan asistir. En esta ocasión, pudieron ir a dos partidos de fútbol en Madrid, a la ida y a la vuelta del viaje. Las visitas culturales no son su fuerte, ni tampoco les gusta andar mucho. En el Muelle Uno disfrutaron de tiempo libre para compras y muchos de ellos alquilaron segways y bicicletas. En definitiva, todo lo relacionado con el lujo, las compras, el buen clima, el fútbol y exclusividad, son aspectos fundamentales para el mercado de Oriente Medio en general.

⇒ **30 de enero al 3 de febrero – FITUR (Madrid).** Esta feria, punto de encuentro de profesionales del sector turístico, ha discurrido con la participación de casi un centenar de socios de este Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, a los que le hemos dado cobertura desde esta plataforma para llevar a cabo el contacto entre estos y proveedores y/o clientes así como las reuniones de trabajo y presentaciones llevadas a cabo en nuestras instalaciones. Dentro de las acciones realizadas, destacar las presentaciones gastronómicas de la marca “Sabor a Málaga” que se ha dado a conocer, por primera vez, fuera de nuestra provincia, y en base a la utilización de productos gastronómicos netamente malagueños, de los municipios de interior, así como de sus variados vinos. Además se ha llevado a cabo degustación y presentación de “Saboreando la Axarquía”, realizada por la Mancomunidad de Municipios Costa del Sol-Axarquía, en la línea de la anterior, pero focalizada en productos gastronómicos del área oriental de la provincia. Asimismo, aprovechando el marco de FITUR, este Patronato de Turismo llevó a cabo el pasado día 30 de enero en el Hotel Palace de Madrid una presentación de la nueva estrategia del ente de promoción para la segmentación de sus nuevas marcas. El acto fue diseñado para resaltar los valores de cada una de las nuevas marcas y presentar la imagen de las mismas. En esta ocasión, se optó por vincular la alta costura malagueña de los Montesco quienes diseñaron exclusivamente para el acto ocho modelos que escenificaban/ representaban perfectamente los valores de cada una de las marcas. Al evento fueron invitados empresarios malagueños, instituciones, administraciones, el Gobierno de España, OET’s, prensa, blogueros y agencias del sector de Madrid vacacionales y especializadas y contó con el apoyo de los grupos de gestión GEA, EUROPA y UNAV, así como con la extraordinaria colaboración del sector: Montesco, Nueva Moda, Media TV, Consejo Regulador de D.O., y los grupos de gestión. Ha sido un FITUR diferente



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

a otros vividos. Durante los días de visitas de público general, se ha observado a unos visitantes mucho más interesados y detallistas, han hecho preguntas sobre asuntos muy concretos de nuestro destino. Un 80% de nuestro material promocional ha salido como complemento a la información oral previa que se había dado a los visitantes sobre sus centros de interés concretos.

- ⇒ **12 al 14 de febrero – 1^{er}. Puerta a Puerta MICE Alemania (Hamburgo, Bremen, Hannover y Wolfsburg).** Se trata del primer Puerta a Puerta especializado en el segmento de reuniones e incentivos realizado este año en Alemania. El objetivo marcado con esta acción ha sido el de establecer nuevos contactos y dar a conocer la oferta y novedades existente en Costa del Sol en otras zonas de Alemania, con objeto de continuar promocionando el destino en un mercado que sigue siendo muy importante para España en general y Andalucía en particular. La última promoción Puerta a Puerta en Hamburgo se realizó en 2011. Con la idea de difundir la oferta en todo el país cada año se van alternando las ciudades y zonas geográficas visitadas. Además, este año se han incluido por primera vez visitas en las ciudades de Bremen, Hannover y Wolfsburg. Esta acción promocional ha consistido en la visita y presentación del destino a doce agencias organizadoras de eventos, empresas de marketing y comunicación y empresas. Algunas de las agencias y empresas visitadas no han organizado eventos en Costa del Sol ni conocían el destino. Han mostrado gran interés, valorando especialmente el excelente clima, una infraestructura hotelera de primer orden y los nuevos proyectos que se han llevado a cabo en la ciudad de Málaga, junto con una oferta cultural en aumento. Los destinos de interior como Ronda, Mijas, parques naturales, etc. han sido también bien valorados, así como el auge del turismo vinícola, la variada oferta complementaria y las actividades de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa. Alemania atraviesa un buen momento económico y así nos lo han manifestado las agencias visitadas, que mueven importantes volúmenes de negocio.
- ⇒ **13 de febrero – Visita Inspección Voyage Group Ideal.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha acogido de la mano de la Oficina Española de Turismo en Toronto la visita del touroperador canadiense Voyage Group Ideal. Esta agencia es una de las más importantes en la provincia de Québec, trabajando con gran volumen de viajeros y con fuerza en el segmento corporativo, grupos e incentivos. El principal objetivo de su visita ha sido la realización de una jornada de visitas de inspección en el entorno de la ciudad de Ronda, para así conocer y contactar con responsables de comercialización de productos reuniones e incentivos. Los establecimientos, productos y recursos visitados fueron la Plaza de Toros, el Palacio de Mondragón, casa de Don Bosco, Iglesia Sta. María La Mayor, Puente Nuevo, instalaciones para reuniones del Convento Sto. Domingo, Parador de Ronda, dehesa Reserva Tauro y Bodega Joaquín Fernández. Con ello, se ha trabajado sobre el posicionamiento de la provincia de Málaga en el mercado canadiense, además de facilitar la comercialización y puesta en valor de productos diferenciados y de



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

calidad (reuniones e incentivos, cultural y city-break, gastronómico, sol y playa, lujo e interior). Por otro lado, además de los citados establecimientos y productos se ha contado con la colaboración por parte del Ayuntamiento de Ronda hacia el mencionado programa. Se ha puesto en valor productos de la provincia de calidad basados en segmentos con verdadero potencial en el mercado objetivo, Canadá, como han sido MICE, cultural, gastronómico, natural o residencial.

- ⇒ **15 al 18 de febrero – Press Trip Revisita “Gate”.** Desde la Oficina Española de Turismo en Bruselas nos ha llegado la solicitud de colaboración para recibir en la Costa del Sol a un periodista de la revista de la “Gate”, publicación trimestral del aeropuerto de Charleroi en Bélgica. El motivo de la visita es escribir un reportaje la provincia de Málaga enfocado al ecoturismo. El reportaje se publicará en el mes de marzo o abril y tendría 8 páginas de extensión. Durante su estancia en la ciudad de Málaga ha disfrutado de una visita guiada por la ciudad, pudiendo visitar el centro histórico, los principales monumentos y museos, así como el Palmeral de las Sorpresas y el Muelle Uno. También ha recibido información sobre el ecoturismo en la provincia de Málaga y ha podido degustar nuestros platos más típicos en uno de los restaurantes más emblemáticos de la ciudad como lo es el Bar Bodegas El Pimpi. La periodista ha quedado gratamente impresionada con la amplia y variada oferta con la que cuenta la provincia y ha disfrutado de una grata y soleada visita. 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, así como alguna de las muchas actividades que se pueden realizar en consonancia con la naturaleza.
- ⇒ **19 de febrero – Presentación Estudiantes Rusos Malaca Instituto.** El día 19 de febrero el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol realizó en su sede una presentación sobre el destino y nuestra entidad a 15 estudiantes rusos del Instituto de Idiomas Malaca Instituto. Durante su estancia de tres semanas en la provincia tienen previsto realizar diversas visitas a establecimientos turísticos y tenían además gran interés en visitar el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol para conocer sus instalaciones, quiénes somos, a qué nos dedicamos, nuestro funcionamiento, así como que se les hiciera una presentación técnica del destino. La presentación les parece muy interesante ya que desconocían nuestro funcionamiento. Se marcharon con la máxima información posible del destino y producto Costa del Sol.
- ⇒ **21 al 24 de febrero – XV Asamblea General Grupo Europa Viajes (Córdoba).** Un año más, invitados por la asociación empresarial Grupo Europa Viajes, acudimos a su asamblea general que este año celebró su decimoquinta edición, donde tuvimos ocasión de convivir con los más de 180 asistentes a este encuentro. Grupo Europa Viajes (GEV) es una asociación empresarial que cuenta con más de 300 agencias de viajes independientes. La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía fue uno de los esponsor de este congreso, por lo que tuvo ocasión de organizar un encuentro en



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

formato workshop con los agentes de viajes asistentes por un lado y, por otro, con los Patronatos de Turismo presentes, así como con cuatro empresarios de cada provincia andaluza. Este workshop tuvo lugar el día 21 de febrero. Por otro lado, y ya con el resto de proveedores habituales de GEV, participamos en dos workshops que se celebraron el 22 de febrero. En ambos tuvimos ocasión de departir con el resto de agentes de viajes asistentes a esta convención.

- ⇒ **24 de febrero al 3 de marzo – Press Trip “Plus Magazine”.** Desde la Oficina Española de Turismo de Bruselas nos llegó la solicitud de colaboración para recibir en la Costa del Sol a un periodista de la revista belga “Plus Magazine”. “Plus Magazine” es una publicación mensual dirigida a la tercera edad activa de clase alta-media alta, con una media de 160 páginas en cada ejemplar de la publicación y una tirada de 145.000 ejemplares en la edición flamenca y francófona y un total de 350.000 lectores. El motivo de la visita fue el escribir un reportaje sobre Torremolinos como destino de invierno. El periodista ha quedado gratamente impresionado con la amplia y variada oferta con la que cuenta la provincia y ha disfrutado de una agradable y soleada visita. En estos días ha podido, además de disfrutar del excelente clima característico de nuestro destino, conocer de primera mano la cultura, las tradiciones y la gastronomía de nuestra provincia, así como alguna de las muchas actividades que se pueden realizar en Málaga-Costa del Sol los 365 días del año. El periodista calificó esta visita como una experiencia única y asegura volver pronto para conocer la amplia oferta turística que el destino costasoleño ofrece.
- ⇒ **25 de febrero al 1 de marzo – Puerta a Puerta Cultural Norte de Italia (Milán, Turín, Brescia y Padua).** Acción llevada a cabo en colaboración con Turespaña, a través de la Oficina Española de Turismo en Milán, consistente en la visita y presentación del destino Málaga-Costa del Sol a 12 agentes de viajes y touroperadores de las ciudades visitadas. Estas zonas concentran en la actualidad el mayor núcleo de agencias en el norte de Italia, de ahí la selección para presentar nuestro destino así como sus productos. Se han elegido estas ciudades, ya que Milán cuenta con una población con un alto poder adquisitivo, mientras que en Turín, Brescia y Padua se ubica una gran industria turística. El objetivo ha sido cambiar la percepción de la marca enfocando esta acción comercial con una orientación cultural, verde, enogastronómica y una importante oferta de compras. Se pretende ir introduciendo otros valores relacionados con la marca diferente al vacacional, romper la estacionalidad y buscar clientes con mayor capacidad de gasto. Málaga y la Costa del Sol tienen un extraordinario producto de citybreak/shortbreak y múltiples combinaciones vinculadas con la enogastronomía, visitas a museos, estilo de vida, compras, etc. Buena calidad de clientes que han mostrado gran interés, aunque manifiestan el problema de los vuelos al no ser directos. A nivel MICE, hay agencias especializadas pero también casi todas las visitadas tienen su propio departamento, hay zonas donde dependen totalmente de los vuelos y por ello finalmente lo hacen con



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

touroperadores. Crisis palpable en toda la zona visitada, los touroperadores nos comentan que esta empezando la temporada de reservas.