



**COSTA DEL SOL**  
**MÁLAGA**

**RESUMEN DE ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS**  
**TURISMO Y PLANIFICACIÓN COSTA DEL SOL**  
**ENERO – FEBRERO 2015**

**VACACIONAL, OCIO & GOLF**

**22 al 25 de enero – Visita de Inspección Congreso VVR (Asociación Belga de Agentes de Viaje Flamencos).** Durante estos días recibimos en la Costa del Sol al Presidente y Secretario General de la VVR (Asociación belga de agentes de viaje flamencos), que vinieron a conocer el destino con objeto de celebrar su congreso en Málaga ciudad en noviembre de 2015. La VVR se creó en 1975 y representa a más del 75% de las agencias de viaje y touroperadores flamencos. Cuenta con alrededor de 650 miembros, de los que 484 son touroperadores y el resto agencias de viaje. Quedaron fascinados con Málaga y el cambio que ha experimentado en los últimos años, están convencidos y muy ilusionados en celebrar el congreso en la capital. Nunca antes han celebrado su congreso en España. La oportunidad ha surgido porque el Secretario General está estudiando español, conoce bien España, la Costa del Sol y está fascinado con Málaga y el cambio que ha experimentado la ciudad. Celebran el congreso cada 2-3 años, en los últimos años lo han celebrado en Malta, Mónaco y Bruselas (2013). Principales intereses de los turistas belgas: cultura y buena gastronomía (la zona de Brujas, donde tienen la sede, cuenta con más de 30 estrellas Michelin). Llegadas de pasajeros belgas a Málaga en 2014 (aeropuerto): 290.936.

**28 de enero al 1 de febrero – Fitur (Madrid).** Fitur es la mayor feria de turismo a nivel nacional y una de las más importantes a nivel internacional. Como en todas las anteriores ediciones Málaga estuvo presente fundamentalmente a través de Turismo Costa del Sol. Dispuso de un stand de 350 m<sup>2</sup>, dentro del área expositiva que Andalucía tuvo en el pabellón 5 de IFEMA. En esta ocasión ha habido una participación de unos 120 miembros del Foro, entre los que figuraron empresarios y profesionales turísticos de diferentes sectores como el hotelero, agentes de viajes, instituciones de la provincia, 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, (con una sala con 20 mesas de trabajos) y presentaciones llevadas a cabo en nuestras instalaciones. Con el objetivo de visualizar toda la oferta que se puede encontrar en nuestra provincia y adecuarnos a la demanda actual, en esta edición, al igual que en la pasada, la propuesta Turismo Costa del Sol fue presentar nuestro destino como una oferta integral e integrada por los segmentos que componen la marca Costa del Sol. Coincidiendo con Fitur tuvo lugar un workshop en el que tuvimos ocasión de contactar con diferentes empresas. En general se puede decir que el workshop este año ha sido de mucho interés a nivel profesional y ha estado muy bien organizado. Los miembros de Turismo Costa del Sol que asistieron están de acuerdo con la valoración muy positiva del workshop y hay mucho interés por su parte de seguir participando en años futuros. En algunos aspectos ha sido un Fitur diferente a otros vividos anteriormente. Se ha observado durante los días de visitas de público general a unos visitantes mucho más interesados y detallistas, han hecho preguntas sobre asuntos muy concretos de nuestro destino. Uno de las informaciones más inquiridas por el público asistente ha sido relacionado con el Caminito del Rey.

**29 de febrero – Presentación Malaca Instituto.** Con fecha 27 de febrero 2015 Turismo Costa del Sol realizó una presentación sobre el destino y nuestra entidad a estudiantes de la Copenhagen Business School que estudian español en la escuela Malaca Instituto. Acudieron 10 alumnos y dos profesores, así que la coordinadora por parte de la escuela. Se les realizó una presentación en inglés acerca de nuestra entidad, 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. Los alumnos se quedaron muy contentos con la presentación como nos confirmó la escuela y de este modo se forma a futuros profesionales y turistas, además de aprovechar la estancia de ellos para que descubran la provincia.

**CULTURAL, CRUCEROS, IDIOMÁTICO,  
CITY BREAKS & ENOGASTRONOMÍA**

**15 al 18 de enero – Alphe (Málaga-Costa del Sol).** Alphe 2015 se ha celebrado en la ciudad de Málaga con una amplia participación de expositores y compradores (a destacar la participación de mercados emergentes). La ciudad de Málaga ha batido records en cuanto al número de participantes. Sólo Alphe Londres ha superado las cifras de Málaga después de más de una década funcionando. Se trata de un encuentro profesional b2b con agenda de citas prefijadas. Turismo Andaluz, el Ayuntamiento de Málaga y Turismo Costa del Sol han patrocinado Alphe 2015. A cambio de este patrocinio hemos recibido la base de datos con el perfil de los compradores que podremos trabajar para futuras acciones comerciales. Igualmente hemos tenido presencia en marketing online y en papelería impresa para el evento de referencia a través de la propia organización. Alphe 2016 ya se ha confirmado para Málaga ciudad y según conclusiones de la reunión mantenida con el Ayuntamiento de Málaga y su club de producto y Turismo Andaluz, el día 3 de febrero se propone patrocinar única y exclusivamente la cena de despedida entre las tres Instituciones. A cambio se recibirán una serie de contraprestaciones: base de datos, presencia en Alphe Londres y Alphe St. Petersburgo con opción de presentación a compradores y visibilidad entre las distintas herramientas que pone a nuestra disposición la propia organización.

**20 de enero – Presentación a estudiantes Colegio Maravillas.** Turismo y Planificación Costa del Sol ha realizado en su sede una presentación sobre el destino y nuestra entidad a ocho estudiantes alemanes que estudian español con una beca del programa Leonardo en el Colegio Maravillas. El grupo de estudiantes ha venido acompañado de dos profesores. Estos estudiantes están realizando prácticas en agencias de viaje en Alemania y vienen 3 semanas a completar su formación. Durante su estancia en la provincia de Málaga realizan diversas visitas a establecimientos turísticos y siempre tienen interés en visitar nuestra entidad para conocer las instalaciones, quiénes somos, a qué nos dedicamos, nuestro funcionamiento, así como para recibir una presentación técnica y formativa del destino. Se les ha realizado una presentación en español y alemán acerca de nuestro organismo, su historia, a qué nos dedicamos, mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística y finalizando con la proyección de un vídeo del destino.

**24 al 25 de enero – Fam Trip Agentes de Viaje Pekín y British Airways.** Entre el 24 y el 25 de enero recibimos en la Costa del Sol a un grupo de agentes de viajes procedentes de Pekín y Chengdu, de la mano de la OET de Pekín y Turismo Andaluz. El objetivo fue dar a conocer

Andalucía y su entorno cultural y patrimonio artístico. Por ello se eligieron las ciudades de Sevilla, Córdoba, Granada y la provincia de Málaga con la oferta de Málaga ciudad, Ronda y Marbella. Atendimos a un total de 10 agentes de viaje, dos representantes de BA y una representante de la OET de Pekín. En la provincia de Málaga se ha mostrado la oferta disponible en la ciudad de Málaga, Ronda y Marbella, ya que son los perfiles de destino más demandados por el mercado chino. Se han mostrado sorprendidos por la oferta cultural, gastronómica y shopping disponible en el destino. Muy buen nivel de agencias asistentes. Gran trabajo del personal de la OET.

**5 de febrero – Fam Trip Grupo Comenius.** Dentro del Programa de Education and Culture, Lifelong Learning Programme del proyecto multilateral, Comenius, de la Unión Europea, hemos recibido a 30 directores de escuelas europeas. El programa Comenius organiza un viaje de esta índole todos los años a un destino distinto. El objetivo ha sido dar a conocer el destino a los docentes para su difusión en los colegios de diferentes países de Europa (Turquía, Holanda, Rumanía, Polonia, Gran Bretaña, Chipre, Grecia, Lituania y Portugal). El grupo permaneció en la provincia de Málaga desde el lunes 2 al viernes 6 de febrero. El día 5 recibimos al grupo en nuestras oficinas y realizamos una presentación sobre la oferta turística y un vídeo promocional de destino, una visita a Ronda con almuerzo y una cena en Málaga. Los directores se mostraron muy sorprendidos por la oferta cultural, gastronómica y educativa disponible en el destino. El proyecto Comenius está organizado por el IES Blas Infante de Málaga.

**17 al 20 de febrero – Puerta a Puerta Navieras EE. UU. (Miami, Orlando y Seattle).** El objetivo de esta acción ha sido el de profundizar en las relaciones que ya existen con las navieras, buscar nuevas oportunidades de negocio y convertir al puerto de Málaga en un puerto base e incrementar su número de escalas. Se trata de una acción conjunta con el puerto, Ayuntamiento y Estación Marítima. Se ha hecho una selección importante de las navieras concretando objetivos individualizados. También se ha contado con el apoyo en las reuniones de las directoras de la Oficinas Españolas de Turismo (OET) en Miami y Los Ángeles. Se han realizado visitas a las siguientes navieras: Carnival, NCL-Norwegian Cruise Line, RCCL-Royal Caribbean, Disney Cruise Line, Holland America Line y Windstar. La presentación conjunta con cinco instituciones ha sido realizada bajo el título “What’s new”, y se ha centrado únicamente en las novedades que van a ocurrir próximamente en el puerto, la estación y el destino. El modelo de presentación ha funcionado perfectamente, ya que se ha hecho de manera dinámica y diferente. Ha habido una valoración muy positiva sobre nuestro puerto y nuestro destino, donde nos estamos posicionando como un puerto de escala de referencia en el Mediterráneo. En cuanto a la figura de Málaga como puerto base, no sugieren de manera casi unánime, que deberíamos crear una marca más fuerte de cara al mercado americano para que así elija nuestro destino antes que el propio buque o naviera en concreto. Algo esencial para que Málaga se convierta en puerto base de referencia es también la existencia de conexiones directas con Estados Unidos durante todo el año. Para las navieras es muy importante que existan esas conexiones para poder convencer a su cliente para que elijan un determinado puerto de embarque y desembarque.

#### CONVENTION BUREAU & ÉLITE

**9 al 11 de febrero – Puerta a Puerta MICE (Madrid).** Esta acción promocional ha consistido en la visita y presentación del destino Málaga-Costa a unas 10 agencias y empresas de Madrid. El

balance ha sido muy positivo por la calidad de los contactos realizados y el interés que han demostrado por conocer las últimas novedades, nuevos proyectos y mejoras en la ciudad de Málaga, nuevas localizaciones para la organización de eventos, oferta complementaria, nuevas actividades. El número de eventos corporativos se ha visto reducido en número y duración debido a las actuales circunstancias económicas; aunque bien es cierto que algunas grandes empresas nos han informado de que la reducción de los viajes y el gasto, en su caso, se debe a una política de discreción para no dañar la imagen de la empresa, ya que afortunadamente no tienen problemas económicos. La mayoría de los eventos y reuniones tienen lugar en Madrid o a través de video conferencia. En cuanto a las agencias visitadas cabe decir que todas ellas nos han solicitado información sobre el destino en los últimos meses, y ellas mismas nos han informado de que la Costa del Sol, principalmente Marbella y Málaga ciudad, son unos de los destinos españoles que más ofrecen a sus clientes. El mercado nacional se mantiene como uno de los principales generadores de negocio para Málaga-Costa del Sol, por lo que es muy importante continuar visitando periódicamente ciudades como Madrid y Barcelona donde se concentra el grueso de corporates y agencias importantes y con mayor volumen de negocio.

**9 al 17 de febrero – Fam Trip MICE RTA.** Del 12 al 15 de febrero RTA DMC trajo a Costa del Sol a 7 agencias alemanas con objeto de que conocieran el destino y los atractivos de la zona para venderlos a sus clientes en forma de programas de incentivo, reuniones, convenciones y presentaciones de producto. Durante su estancia en Costa del Sol visitaron Marbella, Ronda, Málaga y Mijas. Colaboramos con una presentación técnica del destino, así como con el patrocinio de una actividad y almuerzo en Málaga, concretamente en la Vinoteca Museo Los Patios de Beatas. Los clientes no conocían el destino Costa del Sol. Les agradó enormemente la buena red de infraestructuras (AVE, autopista), el excelente clima, exquisita gastronomía, una planta hotelera de alto nivel, así como la variedad de la oferta cultural y complementaria disponible en Málaga, Marbella, Ronda y Mijas. Les gustó mucho la presentación técnica del destino, mostrando mucho interés y realizando muchas preguntas. Es importante seguir posicionando nuestro destino en Alemania, mercado en el que tanto esfuerzo e inversión dedicamos año tras año, así como mostrar las novedades y oferta del destino. Ha sido provechoso poder estar con estos clientes durante un día y conocerles en persona. Los contactos nos pueden servir como base de datos para futuras acciones promocionales en Alemania.

**11 al 12 de febrero – Fam Trip Made for Spain.** Recibimos a un grupo de 14 agentes de viaje procedentes en su mayoría de EE. UU., además de Brasil y Hong Kong. El perfil seleccionado en este caso ha sido el de agencias de lujo, las cuales forman parte de las grandes redes y asociaciones especializadas en el turismo de alto poder adquisitivo tales como Ensemble, Signature y Virtuoso. El aeropuerto Málaga Costa del Sol ha recibido en 2014 un 16,5% más de pasajeros procedentes de EE. UU. (9.994 en total en vuelos directos), un mercado con gran margen de crecimiento en la provincia, ya que el año pasado llegaron a España 1.218.617 visitantes del país norteamericano (un 2% más que en 2013), según la encuesta de movimientos turísticos en fronteras (Frontur). Este viaje de familiarización, ha sido organizado por la agencia Made for Spain, especializada en este segmento y mercado, contado con el apoyo de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía y Turismo Costa del Sol. Los agentes han comprobado de primera mano la oferta combinada de compras y cultura, además de la visita a complejos hoteleros de lujo en la Costa del Sol, en concreto Marbella Club, Puente Romano y Finca Cortesín. El programa durante estos dos días ha incluido la visita a Ronda

(tanto al Tajo como la plaza de toros) que culminó con la degustación de la gastronomía local, contando con la colaboración de Paradores; y otra a Marbella y Puerto Banús para incidir en el turismo de compras. Los agentes, que en su mayoría visitaron España por vez primera, mostraron su reconocimiento al potencial de comercialización y la oferta disponible en nuestro destino referente al turismo de lujo, ya que algunos comercializaban el producto entre sus clientes sin conocer el destino de primera mano. Se han mostrado muy sorprendidos al comprobar la calidad y singularidad de los recursos y servicios disponibles.

**25 de febrero – Puerta a Puerta MICE Granada.** Turismo de la Costa del Sol realizó visitas puerta a puerta a OPCs y DMCs el día 25 de febrero en Granada junto con el Palacio de Congresos de Marbella para presentar a estas agencias la oferta MICE del destino Costa del Sol. El resultado de esta acción promocional ha sido muy positivo, los clientes han mostrado un gran interés por las infraestructuras y novedades del destino. Cabe destacar que todas las agencias visitadas conocen el destino y han organizado eventos en varias ocasiones, sobre todo los DMCs. En el caso de los OPCs, se han sorprendido con las instalaciones y la situación céntrica del Palacio de Congresos de Marbella, aunque nos han trasladado las dificultades que plantea el Código Deontológico de Farmaindustria para la celebración de congresos médicos en destinos con una imagen “vacacional”. A este respecto se les ha informado de la oferta hotelera de 4\* cercana al Palacio de Congresos que no supondría ningún problema con respecto al código. Se ha ofrecido a todas las agencias visitadas la posibilidad de conocer el destino en visita de inspección y a todas ellas se les ha enviado la guía especializada MICE donde pueden encontrar todos los datos de contacto de las empresas que forman parte del Convention Bureau de Costa del Sol. Visitamos las siguientes empresas: Eurocongres, Aixa Dreams; IME DMC y Viajes Genil-Fase 20 Congresos.

**25 al 28 de febrero – Jornada Inversa Turespaña Mercado Ruso Compras y Post tour (Madrid y Málaga-Costa del Sol).** Asistencia a la Jornada Inversa Turismo Lujo y Compras Mercado Ruso, organizada por Turespaña por medio de la Oficina Española de Turismo de Moscú. La Jornada se llevó a cabo en el hotel Villa Magna de Madrid, en horario de 09.00 a 16.00 horas, en el que participaron un total de 16 agentes de viaje compradores, todos ellos procedentes de Moscú, y 17 vendedores. El formato de la jornada fue de presentación coyuntura del mercado ruso, por parte de Luis Boves Director OET Moscú, en horario de 9:00 a 10:00, reuniones individuales con compradores entre las 10.00 y las 14.00 horas y almuerzo de trabajo entre las 14.00 y las 16.00 horas, todo ello en las instalaciones del Hotel Villa Magna, Madrid. A continuación de la misma, los agentes realizaron un post tour con el fin de conocer la oferta compras de Madrid entre los días 25 y 26, así como de Costa del Sol los días 27 y 28 de febrero. Las agencias participantes eran de muy alta calidad, la mayoría ya opera en el destino sobre todo Madrid-Cataluña-Costa del Sol. La mayoría se han mostrado muy sorprendidos y satisfechos con la oferta conocida y su margen potencial de mejora de comercialización del destino Costa del Sol para sus clientes segmento compras. El viernes 27 de febrero se llevó a cabo presentación de la nueva ruta San Petersburgo-Málaga por parte de Vueling, que comenzará a operar el 2 de mayo y que contará con una frecuencia semanal, incrementada a dos frecuencias entre los meses de mayo y septiembre. Avión Airbus 320 para 180 pasajeros. San Petersburgo se suma a Zúrich, Burdeos, Menorca y Fuerteventura, para sumar un total de 26 destinos operados por Vueling. La Costa del Sol, en especial Puerto Banús (10,5%), representa la 2ª zona de mayor gasto turístico en compras del mercado ruso por detrás de Barcelona (Paseo de Gracia 30%), y por delante de Madrid (Barrio Salamanca, 5%).

**VITA (Verde – Interior – Turismo Activo), NÁUTICO,  
HEALTH & WELLNESS**

**20 al 22 de febrero – Navartur (Pamplona).** En la décima Feria Internacional de Turismo Reino de Navarra se ha ofrecido a los visitantes una panorámica de destino Costa del Sol Málaga, resaltando las últimas novedades del turismo en aspectos tales como la cultura, la gastronomía, el enoturismo, el turismo sostenible, turismo de aventura, el deporte, la salud, etc. Paralelamente a la feria se celebró el 6º Congreso Internacional de Turismo Rural, que reunió a más de 150 expertos y profesionales del sector, con ponentes procedentes de España, Grecia, Francia, Alemania, Austria, Holanda y Gran Bretaña, y delegados procedentes de todas las Comunidades Autónomas interesados en conocer y debatir sobre el futuro del turismo rural. Teniendo en cuenta la importancia del público directo en este evento, se ha ofrecido al mismo toda la información que nos solicitaban sobre nuestro destino. Se puede considerar muy relevante el interés mostrado por conocer el proyecto “El Gran Desafío” (la Gran Senda, El Caminito del Rey y la Senda del Litoral) junto con el interés que ha mostrado el público asistente con los aspectos culturales de la ciudad, especialmente Picasso. región, Navarra, de las de mayor poder adquisitivo de España y, en consecuencia, clientes potenciales de nuestro oferta. Si bien el público hace un gran uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales, se ha detectado una gran necesidad de información de primera mano, el público solicita itinerarios e información alternativa detallada. Se pone de manifiesto la necesidad de llevar material específico de productos con información de utilidad (alojamientos, restauración, excursiones, empresas de servicios, mapas, planos de ciudades y pueblos).

**27 de febrero al 1 de marzo – FIO Extremadura (Parque Nacional del Monfragüe).** Se trata de la feria ornitológica más importante de España que ha cerrado la edición de 2015 con las mejores cifras de sus 10 años de historia. Málaga-Costa del Sol estuvo representada por un ejecutivo de promoción que asistió en representación del destino al stand de Turismo Andaluz con el resto de provincias. A falta de confirmar un número oficial, las visitas han superado con creces los 10.000 visitantes. En la bolsa de contratación se registraron 469 encuentros empresariales a la que acudieron un total de 56 vendedores y 26 compradores de 15 países. Además se realizaron diversos talleres y conferencias a lo largo de la feria. Esta es una visita obligada para el segmento VITA, ya que no sólo es una feria especializada en el turismo ornitológico, sino también en el turismo de naturaleza en general. Al ser tan especializada, la asistencia de profesionales del sector y la del público es de alta calidad, ya que todos tienen claro sus necesidades y van directos al producto de interior y naturaleza. La bolsa de contratación ha sido de gran éxito y tuvimos la oportunidad de reunirnos y de presentar nuestro destino a una decena de profesionales de varios países del mundo.