



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS

PATRONATO DE TURISMO DE LA COSTA DEL SOL **NOVIEMBRE – DICIEMBRE 2011**

- ⇒ **3 de noviembre – TurNexo Invierno (Barcelona).** Organizado por el grupo Nexo, el formato de esta acción se basa en una serie de jornadas profesionales a modo de workshop, en el que cada expositor dispone de un stand modular de 4 m² a decorar por el propio expositor, cada uno de ellos provisto de un mostrador para exponer el material promocional y una mesa de trabajo con tres sillas. TurNexo Barcelona, se celebró en una única jornada, el jueves 3 de noviembre de 2011, en horario interrumpido de 11.00 a 17.00 horas. Durante las primeras horas la asistencia fue muy pausada, aumentando un poco a la hora del mediodía coincidiendo con el cierre de las agencias y con un cóctel ofrecido por la organización y el hotel. Nuestro principal objetivo era mostrar a los agentes de viajes la oferta turística de Málaga – Costa del Sol, así como conocer de primera mano las opiniones y destinos de los principales touroperadores con presencia en España de cara al invierno y la primavera 2011-2012.
- ⇒ **5 al 7 de noviembre – Final V Costa del Sol Masters Madrid (Málaga-Costa del Sol).** El Club de Golf Lomas del Bosque ha sido el vencedor del V Circuito Costa del Sol Masters Madrid, en el que han participado más de 1.500 golfistas. El torneo lo promueve el Patronato de Turismo de la Costa del Sol y se ha disputado durante los días 6 y 7 de noviembre en el campo de golf Valle Romano Estepona Golf. La entrega de trofeos tuvo lugar en el Kempinski Hotel Bahía. 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 3.500 jugadores por campo. El Costa del Sol Masters Madrid, ya se ha consolidado como uno de los circuitos fijos del calendario para estos clubes madrileños y se insiste en la idea de conservar esta iniciativa por muchos años. Paralelamente a la competición oficial de clubes, se desarrolló un torneo para invitados con la participación de socios del Patronato de Turismo, colaboradores que durante todo el año han apoyado este circuito así como prensa especializada en este segmento, TV, radio y famosos aficionados a este deporte alzándose con el triunfo como campeón Ángel Rodríguez, como subcampeón Luís Corralo y como tercer clasificado Verónica Mengod. El Patronato de Turismo organizó un completo programa durante el fin de semana para la delegación madrileña, compuesta por un total de más de 140 personas entre clasificados, acompañantes e invitados y prensa. Como parte de las actividades programadas y para los acompañantes que no jugaban, se organizó una actividad especial y así dar a conocer el interior de la Costa del Sol como producto complementario y desestacionalizador de nuestra oferta turística por lo que se les organizó una visita a Mijas, que concluyó con un almuerzo en la casa club del campo de Golf La Cala, donde degustaron gastronomía típica. El equipo de trabajo de La Cala, les organizó un torneo para principiantes de golf, obsequiando al ganador con un fin de semana en el hotel La Cala. Como colofón a esta amena jornada, tuvo lugar en la noche del sábado, un cóctel, cena y entrega de premios en el Kempinski Bahía Hotel con la presencia de más de 200 invitados. El director gerente del Patronato de Turismo, Arturo Bernal, agradeció a todos los presentes, patrocinadores, medios de comunicación y socios del Patronato de Turismo, “haber apoyado esta acción de una manera



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

continuada desde su inicio". Además, hizo entrega de los trofeos a los representantes del equipo ganador y a su capitán.

- ⇒ **8 de noviembre – TurNexo Invierno (Madrid).** Organizado por el grupo Nexo, son salones profesionales con un formato de jornadas a modo de workshop, en el que cada expositor dispone de un stand modular de 4 m², a decorar por el propio expositor, con un mostrador donde exponer el material promocional y una mesa de trabajo con tres sillas que permite mantener encuentros profesionales con los visitantes y asistentes. Nuestro objetivo al participar en este evento no fue otro que el de contactar con vendedores, agentes de viajes, del mercado emisor nacional para exponerles la oferta turística de la que dispone nuestro destino Málaga – Costa del Sol de cara al invierno y la primavera 2011-2012. Considerando el importante número de contactos que mantuvimos, más de 130, habría que valorar muy positivamente la acción, destacando su eficiencia como la relación entre el impacto promocional conseguido y los recursos puestos en funcionamiento. A través de las personas con las que contactamos en el stand, se atendieron 135 agentes de viaje, se pudo constatar que una gran proporción de ellos trabajaban con frecuencia con el destino Málaga. Destacar el interés observado sobre la Málaga cultural. Cada vez es más significativa la importancia de los museos, el Picasso y el Carmen Thyssen, de los bienes del patrimonio cultural, la Alcazaba-Gibralfaro y el Teatro Romano y de los grandes eventos como la Semana Santa, el Festival de Cine Español y la Feria. Es importante destacar que los que antes no habían trabajado con nuestro destino, manifiestan su intención e interés de hacerlo a partir de ahora. En general muestran un gran interés por el turismo de negocios, congresos e incentivos. El AVE junto con nuestra gran infraestructura para el golf, supone un importante atractivo, según los agentes, para el turismo de fin de semana.
- ⇒ **7 al 10 de noviembre – WTM (Londres).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó, un año más, 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. Bajo el paraguas de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía, acudimos acompañados por un centenar de socios del sector turístico de la Costa del Sol. Asistimos a la WTM de Londres con el fin de reforzar la posición de la Costa del Sol en el segmento medio-alto del turista británico a tal fin, nos reunimos con las empresas turísticas más importantes del Reino Unido, sobre todo con líneas 'low cost', usadas por el 92% de los turistas. Los grandes touroperadores como TUI y Thomson, así como British Airways y Royal Caribbean formaron parte importante de nuestra agenda de trabajo. Dentro de las acciones llevadas a cabo en el transcurso de esta feria destacamos: Tastes of Costa del Sol Málaga. Un centenar de profesionales del sector turístico británico asistieron a este evento organizado junto con el Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen "Málaga" y "Sierra de Málaga", así como otras entidades de Denominación de Origen de la provincia. El enfoque gastronómico de esta promoción surge del importante vínculo que existe entre la oferta turística y la gastronómica y por el interés del mercado británico en difundir información sobre este segmento y desarrollar productos y programas que conlleven actividades relacionadas con la oferta de productos de la tierra, sobre todo para un público de nivel adquisitivo medio-alto. Living Costa del Sol. Presentación de un novedoso producto que bajo la denominación de "Living Costa



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

del Sol” tiene como principal pretensión aliviar el stock de las más de 30.000 viviendas sin vender existentes en nuestro destino, fruto del desarrollo inmobiliario de los últimos años. La pretensión principal de este producto es “convencer a nuestros turistas británicos para que trasladen su residencia definitiva a la Costa del Sol, que vivan allí donde sueñan hacerlo”, si bien y según ha explicado el presidente “también lo promocionaremos a alemanes, nórdicos, italianos y franceses”. El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha hecho un balance positivo de la presencia de la entidad en la WTM. En general, los representantes del Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol así como los empresarios del sector turístico que han estado presentes en la 32 edición de la WTM regresan optimistas de la feria. En este sentido, el máximo dirigente de la institución ha manifestado que la previsión es que para el año 2012 se va a producir un aumento del turismo británico. De hecho hasta septiembre de este año se ha producido un incremento de viajeros británicos en el aeropuerto de un 6,25%, han aumentado un 8,9% los viajeros alojados en hoteles y se han incrementado un 10,7% las pernoctaciones de estos mismos viajeros. Esta previsión es clave porque el mercado británico es nuestro principal emisor extranjero, si bien existe un cierto escepticismo en relación al invierno que nos anima a trabajar más y con mayor determinación para luchar contra la estacionalidad pues la crisis ha hecho que los británicos no viajen dos veces al año, sino una sólo, y lo hacen mayoritariamente en temporada alta, por lo que lo lógico es que se resienta la temporada baja.

- ⇒ **8 al 9 de noviembre – Premio Instituto Cervantes.** A petición de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía, este Patronato de Turismo colaboró con un grupo de 17 estudiantes del Instituto Cervantes procedentes de diferentes países, ganadores del concurso “Liga del Juego del Español” cuyo premio consistió en conocer Andalucía durante una semana, con dos días de estancia en Málaga. La colaboración consistió en realizar una presentación del destino, visita al centro histórico de Málaga y un almuerzo en el Parador de Gibralfaro. A través de una presentación del destino y una visita por el casco antiguo de Málaga, tratamos de que conocieran mejor todo aquello sobre lo que han estudiado. A pesar del poco tiempo del que dispusimos, conseguimos crearles una imagen clara de la importancia de nuestra comunidad autónoma a nivel internacional y de la gran oferta de que disponemos. Tan importante es atender a agentes y periodistas como público final ya que estos estudiantes son los mejores embajadores que podemos tener puesto que antes de conocer in situ Málaga, tenían intención de conocer el destino.

- ⇒ **13 de noviembre – Visita Familiarización Petrabax Nueva York.** A petición de la Oficina de Española de Turismo en Nueva York, a través de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, colaboramos en un viaje de familiarización del touroperador Petrabax. Este touroperador está especializado en la oferta de viajes a España y Portugal, y es la empresa que representa a Paradores en Estados Unidos. Los principales productos a comercializarse son FITs, circuitos, reservas de hotel y Paradores además de Fly & Drive, todos ellos centrados en la oferta cultural y de ocio del destino. El grupo estuvo compuesto por 12 agentes de viajes, todos procedentes de distintos estados del país, como Georgia, Carolina del Norte, California, Pensilvania, Minesota, etc. Nuestra colaboración consistió en ofrecer una visita guiada por el centro histórico de Málaga, patrocinado por el Área de Turismo del Ayuntamiento



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

de Málaga. Durante la mañana del domingo 13, el grupo tuvo ocasión de visitar las zonas y monumentos más importantes de la capital de la Costa del Sol, incluyendo una visita guiada al Museo Picasso, Alcazaba, Teatro Romano y un paseo por el centro. En el almuerzo, ofrecido en el Parador de Gibralfaro, se les hizo una presentación del destino bastante completa, resaltando los segmentos turísticos que más representan nuestra provincia. Por la tarde, disfrutaron de una visita al pueblo de Mijas y cena maridaje en el Museo del Vino de dicha localidad. Ha resultado un grupo excelente y de bastante calidad, ya que, a pesar de lo largo que era el viaje y teniendo en cuenta los cambios horarios desde su país, han estado encantados de participar y sacar todo el provecho posible de esta visita. Han participado en todas las intervenciones, con preguntas sobre el destino, haciendo hincapié al turismo cultural y las posibilidades de conexión con otras ciudades, no sólo en Andalucía, sino con el resto de España. Las conexiones de vuelos con Estados Unidos es un tema primordial, por lo que se les informó del vuelo directo de Delta Airlines (Málaga-Nueva York) del cual no todos sabían de su existencia, además de las otras conexiones por Madrid o Barcelona con las aerolíneas Iberia, American Airlines, Continental, etc. El segmento gastronómico ha sido protagonista, ya que alguna de las participantes en esta visita, estaban especializadas en el turismo gastronómico y de vinos. En general, los segmentos más destacados en este fam-trip han sido el turismo cultural, de cruceros, gastronómico, golf y de lujo.

- ⇒ **17 al 20 de noviembre – Congreso SRV (Málaga-Costa del Sol).** Entre el 17 y el 20 de noviembre de 2011, Málaga-Costa del Sol acogió la celebración del 84 Congreso de Agentes de Viajes Suizos de la SRV (Schweizerischer Reisebüro Verband), en francés FSAV (Fédération Suisse des Agences de Voyages). Se trata de una asociación que engloba 850 miembros activos (agencias de viaje, touroperadores y agencias receptoras) y 120 miembros pasivos (líneas aéreas, Oficinas de Turismo, empresas de coches de alquiler y otras empresas relacionadas con el sector turístico). Los miembros activos representan el 80% del volumen de negocio del sector turístico suizo. Han participado más de 200 congresistas procedentes de Zurich, Basilea y Ginebra. El congreso ha sido patrocinado por el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía y Turespaña, siendo organizado y gestionado por el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol. De la operativa se encargó la agencia RTA, elegida mediante concurso. Tanto la SRV como el Patronato de Turismo han mostrado su satisfacción por el resultado del congreso y han asegurado que se trata de un mercado que ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, además de ser viajeros muy experimentados y con unas características muy interesantes para el destino. Cuentan con un alto presupuesto de viaje y en función de la buena salud económica de su país, pueden permitirse el lujo de viajar varias veces al año, lo cual entra en clara consonancia con la estrategia de potenciar los viajes en invierno y atenuar así la estacionalidad. Pese a su escasa población, Suiza es un mercado importante para nuestro país debido a su elevada tasa viajera, que tiene como consecuencia un elevado número de entradas en España y un volumen importante de gasto turístico. Además, el turista suizo tiene una sensibilidad especial para apreciar los lugares que visita y sabe admirar y respetar la cultura local. El turista suizo se caracteriza por ser estable, repetir sus destinos favoritos, tener capacidad de gasto, valorar la calidad y apreciar las peculiaridades del destino. Se trata del turista ideal que todo destino quiere atraer, y aquí radica su importancia. Por otro lado, su gran experiencia viajera hace que



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

no se conforme con cualquier cosa. Aprecia lo que es bueno, pero también rechaza inmediatamente lo que le parece malo. En consecuencia, la calidad de la oferta es excepcionalmente importante para él. Los destinos deben ofrecerles productos variados de calidad y un excelente servicio.

- ⇒ **18 al 21 de noviembre – Press Trip TTV Argentina.** A petición de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía, colaboramos con este televisión que visitó nuestra provincia con el fin de realizar tres programas de televisión de 26 minutos cada uno, más 5 cortos de 4 minutos cada uno y 30 microespacios de un minuto sobre el destino Andalucía, buena parte de ellos en la provincia de Málaga. Además de la cadena de televisión, los programas y el viaje en sí estarán visibles en redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn y Youtube. Nuestro objetivo al colaborar con esta visita fue el de llegar vía Cablevisión a los 3.300.000 clientes distribuidos entre Argentina, Uruguay y Paraguay, El precio publicitario en televisión y redes es de 9 euros por segundo. Esta acción ha resultado muy enriquecedora para nuestro destino en términos de repercusión mediática ya que la emisión de estos programas nos permitirá dar a conocer al público objetivo imágenes e información del destino Costa del Sol. Para esta acción contamos con el apoyo de los Ayuntamientos de Nerja y Málaga así como de Málaga Film Office que facilitaron los permisos de filmación pertinentes.
- ⇒ **22 al 28 de noviembre – Conferencias Anuales Hays Travel (Málaga-Costa del Sol).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, la Empresa Pública para le Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía y la Ofician Española de Turismo de Londres colaboraron con las conferencias anuales del grupo Hays Travel, el grupo de agencias de viaje con mayor volumen dentro de ABTA (Asociación de Agentes de Viajes en Reino Unido) con más de 30 años de trayectoria, un volumen de negocio de 480 millones GBP en 2010 y una plantilla de más de 900 empleados. En el segmento de cruceros manejaron el año pasado un total de 28.000 clientes. Durante el transcurso de dicha semana, se llevaron a cabo dos conferencias. La primera de ellas, la conferencia anual de ventas, contó con la participación de 67 directores y subdirectores en representación de las 43 agencias en propiedad del grupo Hays Travel. La segunda, la conferencia del grupo independiente, contó con 185 miembros pertenecientes a trabajadores que comercializan Hays Travel desde casa (en la actualidad son más de 200) o propietarios y directores del resto de franquicias, es decir, agencias que utilizan la marca Hays Travel (aproximadamente unas 180 minoristas). En el verano del 2011 han registrado, según sus responsables, incrementos del 16% y en el invierno del 2011 con respecto al ejercicio anterior un aumento de un 10%, siendo el 50% de las reservas relativas a paquetes dinámicos. Nuestro objetivo se centró en estimular la venta de productos de la Costa del Sol sobre todo en invierno, diversificando los productos ofrecidos y logrando un incremento de visitantes en temporada baja. Además, dar a conocer las principales novedades del destino así como ampliar la formación sobre el mismo (principalmente en materia de turismo de cruceros, actividades de ocio e interior). El balance puede considerarse como positivo ya que de acuerdo a las palabras del presidente del grupo Hays Travel, los resultados referentes al destino Málaga – Costa del Sol han sido positivos a pesar de los efectos de la crisis en Reino Unido durante este pasado ejercicio 2010-2011, y su convencimiento de que los mismos van a crecer a raíz de la acogida de



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

ambas conferencias pues la experiencia les ha demostrado que suelen garantizar un aumento del tráfico con carácter inmediato hacia el destino donde se celebran.

- ⇒ **23 al 26 de noviembre – Press Trip Prima TV Rumania.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, en colaboración con la agencia Happy Tours de Rumanía, atendió un press trip con el fin de producir un documental sobre las atracciones turísticas del destino y fomentar de este modo las llegadas desde Rumanía a la provincia de Málaga. Esta acción, se llevó a cabo coincidiendo con la puesta en marcha de operaciones charter, de grupos e individuales entre la agencia Happy Tours y la aerolínea Blue Air, la cual opera la ruta directa Málaga-Bucarest. A tal fin, un equipo de filmación de dos personas completaron un itinerario de tres días en la provincia visitando Torremolinos, Málaga, Marbella, Ronda, Frigiliana y Nerja. Adicionalmente y contando con la colaboración de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, este equipo de filmación ha tenido la oportunidad de visitar Granada, Córdoba y Sevilla aprovechando su estancia en la región y como complemento al documental basado en el destino Málaga-Costa del Sol. Una vez grabado este documental basado en nuestro destino será retransmitido en PRIMA TV (única cadena de televisión que emite programas de turismo a nivel nacional), dando a conocer principalmente la oferta cultural y gastronómica de los destinos incluidos en el citado itinerario. Nuestro objetivo al colaborar con este evento es potenciar las llegadas procedentes de Rumania a través de la colaboración con la agencia Happy Tours y la retransmisión de un programa de visitas en diferentes municipios de la Costa del Sol para acompañar a esta televisión a efectos de mostrar las excelencias turísticas de nuestra provincia.
- ⇒ **23 al 26 de noviembre – Intur (Valladolid).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha hecho un balance positivo de la presencia de la entidad en Intur, sobre todo por la gran afluencia de público con que ha contado esta feria de turismo de interior en esta edición. Este año han participado en Intur 306 expositores directos, nacionales e internacionales, que representan a más de 1.200 entidades y empresas del ámbito turístico. Comunidades autónomas, ciudades, comarcas, compañías de transporte, alojamiento, turismo activo, touroperadores y países presentan en la feria destinos y servicios para la industria del sector. El Patronato de Turismo Málaga Costa del Sol ha valorado positivamente su presencia en esta cita turística que ha celebrado la decimoquinta edición, pues se trata de la primera feria española de turismo de interior y segunda del ámbito turístico, en cuanto a tamaño, número de expositores y metros vendidos se refiere. En paralelo a la feria, los días 24 y 25 de noviembre, el personal del Patronato asistió a un foro con formato de workshop con el objetivo de facilitar el encuentro entre la oferta y los canales de distribución. Entre los sectores presentes en esta cita turística figuran los relativos a la organización de congresos, turismo activo, touroperadores, cadenas hoteleras, empresas de servicios. El Patronato asistió junto con socios dentro del stand de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía.
- ⇒ **25 al 27 de noviembre – Madrid Golf (Madrid).** Participamos en este feria compartiendo stand con El Periodigolf, stand que se convirtió en la redacción del periódico de golf de Internet líder en nuestro país con más de 5.000.000 de páginas vistas al año, realizando entrevistas y reportajes dedicados al Patronato de Turismo y asociados. También y dentro de este marco de colaboración, el sábado se realizó el programa de Radio Marca



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

“Bajo Par” guiado por Guillermo Salmerón, en formato de tertulia y en el que uno de los principales protagonistas del mismo fue el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, tuvimos la oportunidad de difundir y hacer llegar a todos los oyentes, que somos uno de los destinos de golf más importantes de Europa no sólo por el número de campos sino también por su infraestructura y, además, tuvimos ocasión de informar sobre los proyectos previstos para el 2012. Madrid Golf es la primera Feria Internacional de Golf que se celebra en España, y el evento de golf en nuestro país que atrae al mayor número de visitantes, este año se han superado las cifras del pasado año con 17.000 personas durante los 3 días de feria y la presencia de más de 4.000 profesionales (touroperadores, agencias de viaje, directivos de campos de golf, empresas de servicios, etc.). Punto de encuentro de profesionales y aficionados, con más de 400 expositores, están representados todos los sectores de golf y ofrece una visión completa del sector, con la oportunidad de presentar, promocionar y potenciar la imagen del destino, marca o servicio, conocer las tendencias y necesidades del mercado y todas las novedades del sector. Es destacable mencionar que en Madrid, a octubre de 2011, hay 96.710 licencias, casi el 30% de las 333.013 de toda España, por lo que para la Costa del Sol seguir insistiendo en este mercado es muy favorable. Ante todo, se respiró un ambiente de adaptación a los nuevos cambios y en busca de soluciones y colaboraciones con el fin de salir de la crisis lo más fortalecidos posible. Madrid Golf 2011 culminó con total éxito en cuanto a asistencia de público, satisfacción de expositores y patrocinadores. Esta exposición superó en un 9,8% más que el pasado año.

- ⇒ **28 de noviembre al 5 de diciembre – IV Copa España Costa del Sol-Argentina (Córdoba, Argentina).** La IV Copa Turespaña-Costa del Sol, tuvo lugar en la ciudad de Córdoba el día 2 de diciembre en el campo de Golf Villa Allende el más antiguo de la provincia con cerca de 100 años de historia y de donde han surgido dos de los iconos del golf argentino: Ángel Cabrera y Eduardo Romero. Esta iniciativa de Turespaña y el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, tiene como objetivo dar a conocer la Costa del Sol como destino de golf en una zona con gran tradición golfística y gran número de practicantes a este deporte, existiendo una conexión aérea directa de Córdoba con Madrid servida por Iberia. De encuestas realizadas en este torneo tanto en ediciones anteriores como en la de este año, se sigue poniendo de manifiesto que el jugador de golf argentino en un porcentaje alto viaja fuera del país para jugar y que lo hace más de una vez al año y que el destino preferido es Florida en los EE. UU. Este por tanto es otro de los objetivos del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, a parte de dar a conocer nuestro destino y desviar el tráfico de jugadores de Florida a la Costa del Sol de una forma gradual a través de distintas acciones promocionales. La participación al torneo fue por invitación y no sólo participaron jugadores de Córdoba, sino que vinieron de provincias limítrofes hasta un total de 210, que se distribuyeron en dos tandas al tiro. Al acto de entrega de premios y posterior cena, las previsiones se vieron desbordadas al asistir alrededor de 700 personas, donde estuvieron representados todos los estamentos sociales: empresariales, políticos, jurídicos, medios y turísticos. El acto de entrega de premios lo presidió el embajador de España en Argentina, Rafael Estrella. Antes de la entrega de premios se realizó una presentación del destino Costa del Sol, así como la proyección de dos DVD uno especial del golf en la Costa del Sol y otro generalista donde se mostraba la oferta de la zona con todas las nuevas infraestructuras que se han ido incorporando en los últimos años. Destacar la gran aceptación que estas acciones tienen



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

pues generalmente se desconocen los atributos que determinados destinos turísticos tienen y esto permite un posicionamiento en el mercado con un buen producto y con muchas afinidades que hacen posible el incremento del flujo turístico de Argentina hacia la Costa del Sol.

- ⇒ **29 de noviembre al 1 de diciembre – Misiones Comerciales Andalucía en España (Valencia, Alicante y Murcia).** Se trata de una acción organizada por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía consistente en un encuentro comercial con agentes de viajes de las tres ciudades indicadas. El formato de estas jornadas fue similar al de ediciones anteriores. A las 19.30 horas comenzaba un taller de trabajo de aproximadamente 3 horas de duración, cada provincia contaba con tantas mesas como empresas llevaba, donde poder mostrar a los asistentes la oferta costasoleña. Tras dicho taller se ofreció una cena-cóctel con platos andaluces para finalizar la jornada con un espectáculo flamenco. Se atendieron a casi 500 agentes entre las ciudades visitadas, mostrándoles la oferta de que dispone nuestro destino. El turista de Levante que nos visita suele venir en coche propio o autobús en la mayoría de los casos. El AVE no es una opción muy considerada según nos indican los agentes de viajes. Según los datos arrojados por Turismo Andaluz y a pesar de la situación actual, el cliente del Levante aumentó en un 4,7% el pasado año en sus visitas a Andalucía. Aunque no se disponen de datos segmentados por provincias, lógicamente las más visitadas son Almería y Granada. Podemos decir que son unas jornadas interesantes, estas de Levante, aunque no para hacerlas anualmente, según los socios que nos acompañaran han sacado cosas interesantes de ellas y el formato utilizado, creen que es el mejor, a pesar de haber expresado en ocasiones anteriores que era un formato obsoleto y poco rentable.
- ⇒ **29 de noviembre al 1 de diciembre – EIBTM (Barcelona).** Esta feria es el punto de encuentro más importante del año entre proveedores y compradores internacionales. Una feria con un buen sistema de agenda de citas donde el Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol contó con dos mostradores y dos mesas de trabajo dentro del stand de Andalucía. La feria ha tenido un desarrollo satisfactorio. Se ha recibido un gran número de compradores internacionales, destacando clientes de EE. UU., Rusia, India, Reino Unido, Alemania o Italia. 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 hemos informado debidamente a Reed Exhibitions, organizadores de la feria. El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha aprovechado igualmente su presencia en la EIBTM para comunicar dos interesantes acciones llevadas a cabo: la firma de una alianza pionera entre Málaga – Costa del Sol y Gijón para la promoción conjunta de estos destinos de congresos y el segundo día de la feria se organizó en el stand una acción de buzz a cargo de Xavier Lozano (música con elementos reciclados) con objeto de dar visibilidad al proyecto RqueR.org, que promueve la concienciación y creación de eventos sostenibles en la Costa del Sol. Dada la actual situación económica mundial y las elevadas tasas de desempleo en varios países, no se espera una recuperación total de la actividad turística hasta el año 2013. El sector de reuniones e incentivos se ha visto afectado con la reducción del número de incentivos celebrados, con menor presupuesto y menor días de duración, mientras que el número de reuniones y conferencias se mantienen e incrementan en beneficio del segmento asociativo. Durante los tres días de



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

duración de la feria hemos observado una menor afluencia de compradores, si bien estos han sido de mayor calidad y con un mayor interés por conocer el destino y la oferta existente.

- ⇒ **30 de noviembre al 2 de diciembre – European Nations Cup.** Por primera vez se celebró en España, en la localidad de Marbella, la Conferencia Europea de Golf organizada por la Asociación Europea de Propietarios de Campos de Golf (EGCOA) y la Asociación Española de Propietarios de Campos de Golf (SGCOA). La Asociación Europea representa a las asociaciones de propietarios de campos de golf de 15 países europeos y cuenta con asociados en otros nueve países, y se celebra la sexta conferencia empresarial de golf europea aportando su experiencia y éxito de las demás ediciones anteriores. Marbella ha sido elegida, a propuesta de la Asociación Española de Propietarios de Campos de Golf (SGCOA), por representar en el mundo del golf español la ciudad con más número de campos y una de las ciudades con más actividad turística y de ocio de alta calidad y prestigio a nivel nacional. El acto más importante y de más trascendencia tuvo lugar en la cena de gala del día 1 de diciembre, en la que se hizo entrega de premios a distintas personalidades del mundo del golf especialmente en relación a España. La conferencia contó con más de 200 personalidades de las que más de la mitad vinieron de países europeos, especialmente países escandinavos, Reino Unido, Holanda, Alemania y Francia. También se contó con representación de Estados Unidos y Canadá. Desde el 2006 la Conferencia Empresarial de Golf Europea reúne a las máximas referencias mundiales de la industria del golf de todo el mundo y se dedica a explorar las últimas tendencias, inspiraciones y oportunidades de negocio. La sexta edición de la conferencia se centró en el aprovechamiento de las oportunidades por parte de la industria del golf y del mantenimiento y desarrollo de los negocios durante esta época turbulenta ya sea en el escenario europeo o mundial.
- ⇒ **30 de noviembre al 3 de diciembre – Punto Informativo en Global Village (Dubai).** La acción consistió en instalar un punto informativo de Turespaña y Costa del Sol en el parque temático Global Village de Dubai (Emiratos Árabes Unidos). Se trata de una acción dirigida al público general, al cual se le ha suministrado información a través de catálogos, página web y resolución de las dudas que tuvieran sobre el destino. Global Village es un parque temático donde hay pabellones de los países participantes, dentro de los pabellones hay stands donde se venden productos típicos del país, artesanía, comida y se realizan actuaciones típicas del país. La mayoría de países participantes eran países asiáticos, España está participando por primer año en este evento, y es el único país europeo que tiene pabellón. El pabellón español constó de 20 stands donde se vendieron todo tipo de productos típicos del país. Aprovechando que por primera vez en 16 ediciones un Pabellón Español abre sus puertas en el recinto ferial del Global Village, se ha instalado un punto de información de Turespaña para promocionar y dar a conocer la imagen del país así como de la Costa del Sol. El objetivo principal del evento es dar a conocer al público general el destino Costa del Sol así como crear imagen de marca España y Costa del Sol en esta región. El desarrollo de la acción fue según lo previsto, se le proporcionó información a un alto número de personas, especialmente a través de catálogos e información oral sobre el destino. A la gente más interesada se le enseñó la web y se le animó a utilizarla para la preparación de sus viajes a la Costa del Sol. Del total de asistentes los más interesados en el destino Costa del Sol son los ciudadanos



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

emiraties y de países del entorno que conocen en particular Marbella como destino. Los expatriados europeos conocen el destino y muchos de ellos lo han visitado en alguna ocasión.

- ⇒ **1 al 4 de diciembre – Visita Familiarización Post EIBTM.** Como continuación a la feria EIBTM que tuvo lugar en Barcelona del 29 de noviembre al 1 de diciembre, entre los días 1 y 4 de diciembre de 2011 el Convention Bureau del Patronato de Turismo de la Costa del Sol ha recibido en Málaga a un grupo formado por 9 agencias, casas de incentivo y corporates 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, haciendo especial hincapié en las últimas novedades y proyectos que se están llevando a cabo en la provincia de Málaga. Esta acción se ha llevado a cabo en colaboración con *Reed Travel Exhibitions*, organizadores de la feria EIBTM de Barcelona, que nos han ayudado en la labor de investigación y preselección de los participantes, que posteriormente han sido seleccionados e invitados por nosotros. Con el fin de ir introduciéndonos y dándonos a conocer en nuevos mercados se ha invitado a clientes procedentes de Rusia, República Checa y Hungría. El programa incluyó la visita a diversos hoteles con salas de reuniones, espacios singulares para la celebración de eventos, visita al casco antiguo de Marbella, visita a Málaga y Museo Carmen Thyssen, visita a Ronda y sus bodegas con cata de vinos y concurso de cocina, asistencia a un espectáculo flamenco, etc. Muy buena calidad de participantes que 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. Sus clientes comienzan a demandarles el destino España y Costa del Sol, que para ellos es muy atractivo 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.
- ⇒ **6 al 8 de diciembre – ITLM (Cannes).** El Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol, atendió la feria ILTM en su 10ª edición, considerada como la principal feria dedicada al segmento de lujo entre oferta y demanda. Esta muestra reunió a unos 1.265 vendedores y 1.268 compradores, representando un incremento del 4% respecto al año anterior y resultando un total de más de 49.200 citas profesionales realizadas. El espacio habilitado a la provincia de Málaga fue de una mesa de trabajo dentro del stand de Turespaña, siendo el formato de esta feria citas previamente concertadas vía agenda online 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. Este Patronato llevó a cabo un total de 39 citas y más de 60 contactos establecidos. Nuestros objetivos previos no fueron otros que contactar con empresas de diversos mercados, como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Francia, Italia, Alemania, Rusia, Emiratos Árabes, Brasil, Argentina y Japón. Se han cumplido los objetivos previos iniciales como dar a conocer la oferta de alojamiento de lujo en la Costa del Sol, incluyendo novedades de este segmento en los últimos meses; formación de compradores sobre la oferta relacionada con el segmento lujo existente en nuestro destino (conexiones, oferta gastronómica, cultural, city-break, cruceros, y shopping entre otros); facilitarles contactos sobre DMC's especializados en este segmento en nuestro destino, además de listado de



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

hoteles en la provincia con servicios de lujo; identificar nuevas oportunidades y eventos planificados para nuestro destino durante el próximo año y contactos iniciales para la realización de fam-trips, visita de inspección y acciones de formación sobre el destino en formato Sesiones Webinar o en las mismas oficinas de agentes de Estados Unidos, Canadá, Francia, México, Rusia, Italia, Dubai, Malasia, Taiwán o India, entre otros. El mercado de lujo ha crecido en términos globales durante 2011. De hecho, uno de los datos más significativos ha sido el crecimiento de nuevos alojamientos experimentado por hoteles de 5* durante el 2011, un 9%, en comparación al crecimiento de establecimientos de 3* y 4*, entre un 3-4%.

⇒ **8 al 11 de diciembre – SIMA Canadá (Montebello, Montreal).** El Patronato de Turismo Málaga - Costa del Sol asistió una vez más al evento que organiza SIMA (Spain Incentives and Meetings Associations) en Canadá. SIMA es la asociación española que promueve el segmento de turismo de reuniones, tanto en EE. UU. como en Canadá. En esta ocasión la cita tuvo lugar en Montebello, Canadá y el Convention Bureau del Patronato estuvo presente con el objetivo de comercializar la oferta de reuniones e incentivos de la Costa del Sol en el mercado canadiense que tan importante es para nuestro destino. Desde hace ya ocho años venimos colaborando con SIMA, asociación formada por empresarios españoles con el fin de promover España y sus principales destinos especializados en turismo de reuniones, así como a todos sus empresarios miembros. SIMA nace para promocionarse en los mercados de Estados Unidos y Canadá y desde hace dos años se han extendido a Gran Bretaña, Francia y Alemania. Tienen otros proyectos de lanzarse a mercados emergentes también. El formato volvió a ser el mismo de siempre, un fin de semana de convivencia entre proveedores españoles y clientes de toda Canadá. Acudieron 11 buenas agencias canadienses de Ontario y Quebec. Desde el principio colaboramos esponsorizando un desayuno de trabajo, en el cual hacemos una presentación de casi 45 minutos, muy detallada del destino. Creemos firmemente que es el mejor momento de todo el fin de semana para hacer una presentación. Es el primer día de trabajo y antes del workshop de 3 horas de duración, con lo cual los clientes prestan muchísima atención y aprenden del destino y cuando llega la hora del workshop se acercan a nuestra mesa para hacer preguntas concretas y detalladas. Se trata de una acción muy interesante para el Patronato de Turismo ya que es una buena manera de sumergirnos en el mercado canadiense y de mantener nuestra presencia en el mismo mejorando las relaciones ya establecidas con algunos clientes y conociendo a nuevas empresas también. Durante el fin de semana tuvimos la posibilidad de estar permanentemente con ellos, consiguiendo una alta interacción con el fin de intercambiar información y negocio. Es una gran oportunidad para conocer personalmente al cliente y entablar una “amistad profesional”.

⇒ **19 al 23 de diciembre – Visita Familiarización Home for You, Bulgaria.** En colaboración con la Asociación Promotores y Constructores de la Provincia de Málaga (ACP), atendimos la visita de inspección de una expedición búlgara centrada en el segmento residencial con el fin de promover y estimular las ventas de viviendas para uso residencial-vacacional en la provincia tanto en el mercado búlgaro como en el ruso. Esta visita de inspección centró sus objetivos en garantizar y facilitar la compra-venta de inmuebles destinados a la segunda residencia vacacional de lujo disponibles en la provincia de Málaga, como fruto de un acuerdo entre la Diputación de Málaga a través



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

del Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, la Asociación de Promotores y Constructores de la provincia de Málaga (ACP), la empresa especializada en el mercado inmobiliario y asesoramiento legal en Bulgaria y Rusia, Home for You, y representantes de un bufete de abogados local con el fin de garantizar y agilizar la documentación y trámites burocráticos entre ambos países. Con motivo de esta visita de inspección, los representantes de esta empresa búlgara visitaron un total de 23 promociones divididas en dos jornadas; la primera de ellas centrada en la zona occidental, Casares-Málaga y la segunda en la oriental desde Torrox-Málaga, pasando por Estepona, Marbella, Mijas Costa, Fuengirola, Benalmádena, Torremolinos, Caleta de Vélez, Rincón de la Victoria o Torre del Mar. El objetivo de esta acción no es otro que potenciar la comercialización del producto turismo residencial en la provincia de Málaga-Costa del Sol en los mercados búlgaro y ruso mediante: la colaboración entre organismos; la inmersión en el programa de los proveedores según producto demandado; ofrecer una garantía legal sobre el producto que inspire confianza y facilite la comercialización del producto disponible; y, por último, el conocimiento de primera mano del producto disponible en el destino Costa del Sol por parte de representantes con capacidad de ofertar y comercializar estas residencias en los mercados búlgaro y ruso entre un público de alto poder adquisitivo.

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 pudiese recibir.