

RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS

PATRONATO DE TURISMO MÁLAGA – COSTA DEL SOL
MAYO – JUNIO 2012

- ⇒ **2 al 5 de mayo – Best of MICE (Atenas).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha participado por primera vez en el evento denominado Best of MICE. Se trata del único evento de estas características que toca mayormente a clientes finales, esto es, empresas como Kompass, Unilever, Nutricia o Allianz Bank. También ha participado alguna asociación internacional, así como alguna que otra agencia organizadora de eventos. El formato ha combinado networking, formación y, lo más importante, workshop. Ha sido un programa intenso que ha permitido llegar a conocer a 30 directivos de empresas. Los compradores son grandes empresas europeas (80%), agencias organizadoras de eventos (15%) y asociaciones (5%). Best of MICE es un evento organizado por Laurent Fuchs, quién organiza una serie de foros de negocios con clientes del segmento de reuniones e incentivos que se celebran en diversos destinos de manera rotativa. En esta edición han participado una treintena de clientes, todos ellos con poder para la toma de decisiones dentro de sus empresas y agencias, y con gran interés por conocer el destino Málaga-Costa del Sol. Durante los 4 días que ha durado el evento hemos podido contactar con compradores de Polonia, Rusia, Holanda, Francia, Egipto, Bélgica, Alemania o Italia. Nuestro objetivo al participar en esta acción fue el de contactar y convivir durante 4 días con los clientes lo que ha supuesto una buena oportunidad para presentarles y “formarles” sobre la oferta del destino y los servicios que el Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol pone a su disposición. La mayoría no conocían la provincia de Málaga ni su oferta y les ha sorprendido la accesibilidad, variedad y calidad de la infraestructura hotelera y congresística, la oferta gastronómica, el interior de la provincia y la variada oferta complementaria.
- ⇒ **5 de mayo – VI Costa del Sol Masters Madrid (La Moraleja Club de Golf).** La Moraleja Club de Golf, acogió el segundo torneo incluido dentro del circuito “VI Costa del Sol Masters Madrid” que dio comienzo el pasado 21 de abril en el Club de Campo Villa de Madrid. La gran acogida del público de Madrid desde su inicio ha dispensado a la Costa del Sol en general y al circuito Masters Madrid en particular, han sido claves para que cada año se amplíe el número de campos integrantes. Se comenzó con 3 campos en el 2007 y este año son 9 campos de los más emblemáticos de la capital los que componen el circuito: Club de Campo Villa de Madrid, La Moraleja, Lomas del Bosque, El Race, La Real Sociedad Hípica Española, El Olivar de la Hinojosa, Retamares y los nuevos de este año son El Encin Golf y el Centro Nacional Club de Campo. Esta acción se desarrolla durante los meses de abril a octubre en Madrid y la final se realizará a finales de octubre en la Costa del Sol, concretamente en Almenara Golf-Hotel-Spa. El objetivo fundamental es fomentar y dar a conocer en Madrid y a los jugadores madrileños, la extensa y variada oferta de campos de la “Costa del Sol-Costa del Golf”. Al inicio se entregó a cada jugador una bolsa de bienvenida con material promocional de la Costa del Sol y un regalo cortesía de la Federación de Golf de Madrid. La modalidad de juego fue Fourball-Stableford. Para culminar este estupendo día, sobre las 20.00 horas, se ofreció un cóctel a los asistentes, se hizo una presentación del destino Costa del Sol, entrega de premios y sorteo de regalos (green fees, estancias en hoteles, material deportivo, etc.). Por las características y repercusión mediática tanto a nivel nacional como internacional de este



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

evento, es interesante seguir apostando por este tipo de acciones y acercar más el producto mediante ofertas y paquetes puntuales de fines de semana, puentes, etc.

- ⇒ **7 al 10 de mayo – Misiones Comerciales Andalucía en Italia y Francia (Roma, Turín, Marsella y París).** Organizadas por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, el formato ha sido similar en las cuatro ciudades visitadas: dos horas de workshop seguidas por una presentación del destino Andalucía y cóctel posterior. El principal objetivo seguido por este Patronato de Turismo al asistir a estas misiones ha sido el promocionar y comercializar la amplia oferta de la provincia desarrollando un itinerario que incluye las dos capitales europeas conectadas directamente con el aeropuerto de Málaga, así como las ciudades de Turín y Marsella. La actividad turística tanto a nivel francés como italiano vive una coyuntura similar a la española, marcada por la actual situación económica que se da en la mayor parte de Europa. Francia ha mostrado un aumento del 14,5% en el número de pasajeros a Málaga a lo largo de 2012, llegando a casi 330.000 visitantes mientras Italia ha conseguido casi un 9% de incremento con un total de más de 185.000 visitantes. Las perspectivas para el verano 2012 son difusas, teniendo en cuenta la segmentación intermedia del mercado francés y el comportamiento a última hora por parte del cliente final. Como característica en ambos mercados, el producto todo incluido está en alza, sobre todo en los países del mediterráneo donde nuestra principal competencia es Turquía, Chipre y Grecia, seguidos de Túnez. Los principales indicios de cara a la temporada de verano 2012 apuntan a que al igual que la pasada temporada, España experimentará un leve crecimiento influenciado por la llamada “primavera árabe”, aunque aún el volumen de reservas y la antelación al comienzo de verano no fortalecen dicha teoría. Estos destinos son importantes para el destino Málaga-Costa del Sol y en los dos países, sobre todo en Francia, es importante mantener un estrecho vínculo con el sector turístico emisor, sobre todo por la estructura más difusa de su red de comercialización. Esta acción viene a reforzar la promoción de Málaga-Costa del Sol en estos dos mercados y posiblemente permitirá un encuentro con intermediarios que nos pueden ser de interés para plantear otras colaboraciones.
- ⇒ **8 de mayo – Feria de Proveedores TUI (Málaga-Costa del Sol).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol fue invitado un año más a participar en la denominada “Feria de Proveedores de TUI” organizada por la agencia receptiva local de este touroperador. En esta ocasión la feria tuvo lugar en el parque Tívoli World de Benalmádena. Esta feria se organiza con el objetivo de que los participantes, que conforman la oferta de nuestra provincia, tengan la oportunidad de promocionar los distintos productos turísticos que ofrece nuestro destino al equipo de guías y vendedores que tiene TUI en la Costa del Sol y que cambia en su mayoría en verano. El Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol participó en esta feria con una mesa con material promocional, presentando a los asistentes, en su mayoría representantes de guías y vendedores del touroperador con los que TUI trabaja en la Costa del Sol, la enorme variedad de productos turísticos que ofrece nuestro destino, además de contestar las preguntas que surgieron sobre nuestra provincia. Asistieron un total de 60 profesionales y una veintena de expositores pudieron promocionar los productos y novedades que ofrecen nuestro destino. Como conclusión, decir que está claro que los guías mostraron un mayor interés sobre las empresas que estaban representadas, como los parques de



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

atracciones, venues, etc., que en la información sobre el destino, ya que lo conocen bastante bien.

- ⇒ **9 al 11 de mayo – Puerta a Puerta Brasil (Sao Paulo).** Aprovechando nuestra participación en las Jornadas Profesionales organizadas por Turespaña en la ciudad brasileña de Sao Paulo, realizamos una serie de visitas Puerta a Puerta a agencias especializadas en turismo idiomático e intercambio de estudiantes. Este segmento tiene un potencial enorme en dicho país, dado que España es uno de los principales destinos elegidos por los estudiantes brasileños, tras países vecinos como Argentina, Chile y demás. Las buenas conexiones con Madrid y Barcelona, principales ciudades de entrada a Europa para ellos, nos posicionan en un lugar preferente para ser elegidos como destino de estudio de nuestra lengua. A esto se une nuestro clima y oferta cultural. Nuestros principales objetivos al participar en esta acción no fueron otros que establecer contactos con operadores especializados y presentar la oferta del destino, fortalecer los contactos ya establecidos, facilitar la comercialización de las escuelas de español/formación/educación, potenciar la imagen del destino con un producto cultural, y con estilo de vida propio, búsqueda de oportunidades de negocio en un nicho de mercado senior (combinado con experiencias tipo cursos de cocina) y coordinación /integración de la Cámara de Comercio e Instituto Cervantes. El mercado brasileño es el más interesante de Latinoamérica. Tiene una clase alta compuesta por más de 40 millones de personas que viajan 2 o 3 veces al año, la clase media es la que más ha crecido en los últimos 5 años, pasando de unos 70 millones a más de 100 millones de personas. Esta clase C, como se denomina allí, está viajando gracias en parte a las facilidades que están ofreciendo las agencias en cuanto al pago. Los principales destinos para el brasileño tras su propio país, son Argentina, Miami y después Europa. Dentro de Europa los principales destinos son, Francia, Portugal, Italia y en cuarto lugar España, dentro de la cual Madrid y Barcelona son las más visitadas. Hasta 2011 Andalucía estaba en el tercer puesto, mientras que en lo que va de año, Galicia está superando a nuestra comunidad.
- ⇒ **10 al 13 de mayo – Expovacaciones (Bilbao).** El Patronato de Turismo ha hecho un balance positivo de su presencia en esta feria, la mayor del turismo en el País Vasco y una referencia para el sector turístico español, que ha celebrado su 33ª edición y congregado la oferta turística nacional e internacional de 14 países. Participamos dentro del espacio reservado por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía. Este certamen se ha convertido en un gran escaparate del turismo en el que el visitante puede descubrir, conocer y gestionar sus vacaciones, salidas de ocio y su tiempo libre. A través de los stands, el público ha podido encontrar viajes programados al completo, itinerarios, rutas, estancias o información de distintas actividades turísticas. Al tratarse de una feria dirigida al público final, han asistido, según la organización, más de 250.000 visitantes, por lo que nuestro objetivo principal era el poder ofrecer la mayor información posible de nuestro destino para dar la oportuna información a unos visitantes que saben muy bien qué es exactamente lo que quieren para organizar su periodo vacacional, especialmente en tiempos difíciles como los actuales marcados por una profunda crisis económica. La buena comunicación entre Bilbao y Málaga, al tener vuelos directos y a veces con grandes ofertas, sigue siendo un elemento muy importante. Los asistentes comentaban su repetición en el destino y, a ser posible, cada vez más días, dato muy relevante, otros manifestaban que disponían de una segunda vivienda



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

vacacional en nuestra provincia. Consideramos que se alcanzaron los objetivos de promoción de Málaga-Costa del Sol ante un público culto y exigente en detalles concretos sobre nuestro destino y sus principales segmentos.

- ⇒ **11 al 13 de mayo – La Legión 101 Kms. (Ronda).** Desde 1995, la Legión viene organizando en la ciudad de Ronda una competición deportiva donde da cabida a participantes civiles y militares. Dado el elevado número de participantes, más de 7.000, aparte acompañantes, es una oportunidad única para acercar a estos visitantes, además de a los ciudadanos rondeños, la oferta turística del interior de la provincia de Málaga. Durante todo el sábado 12 de mayo, desde una carpa facilitada por la Legión para dar cabida a nuestros socios, atendimos a los miles de visitantes que se encontraban en Ronda con motivo de esta prueba deportiva. Estuvimos estratégicamente situados, a la entrada de la Alameda, paso obligado de todo el público seguidor de esta prueba. El Ayuntamiento de Ronda, actuó como anfitrión y nos facilitó todos los requisitos técnicos que necesitamos para poder desarrollar esta acción. Una de las directrices marcadas por la mesa de trabajo de VITA era promocionar el segmento de interior dentro de la provincia de Málaga, lo cual lo hemos podido llevar a cabo aprovechando la 15ª edición de La Legión 101 Kms. El público visitante discurrió durante toda la jornada del sábado por la Alameda, lugar en el que nos encontrábamos.
- ⇒ **12 al 18 de mayo – Jornadas Profesionales Turespaña en Latinoamérica (Sao Paulo, Buenos Aires y Santiago de Chile).** Organizadas por Turespaña en formato workshop, se realizaron encuentros con agentes de viajes en las tres ciudades citadas, con la particularidad de que en Sao Paulo fueron convocados operadores especializados en MICE y FIT de Luxe. Durante las jornadas de trabajo mantuvimos encuentros con los responsables de las distintas operadoras que se dieron cita en los talleres de trabajo. Estos países son tres de los que más están creciendo en Latinoamérica, así lo demuestran los datos arrojados en la presentaciones que nos expusieron representantes de las OET's de Brasil y de Argentina y Cono Sur. Las buenas conexiones con Madrid y Barcelona, principales ciudades de entrada a Europa para ellos, nos posicionan en un lugar preferente para ser elegidos como destino complementario para sus estancias, además de ser el lugar ideal para comenzar su viaje por el norte de África. El mercado brasileño es el más interesante de Latinoamérica. Tiene una clase alta compuesta por más de 40 millones de personas que viajan 2 o 3 veces al año, la clase media es la que más ha crecido en los últimos 5 años, pasando de unos 70 millones a más de 100 millones de personas. Esta clase C, como se denomina allí, está viajando, gracias en parte a las facilidades que están ofreciendo las agencias en cuanto al pago. Los principales destinos para el brasileño tras su propio país, son Argentina, Miami y después Europa. Dentro de Europa los principales destinos son, Francia, Portugal, Italia y en cuarto lugar España, dentro de la cual Madrid, Barcelona son las más visitadas. En cuanto a Argentina, su economía es estable, su moneda no es tan fuerte como el real brasileño, pero dentro de Latinoamérica está bastante fuerte. Actualmente el turismo genera un PIB del 7,2%, aunque a nivel político atraviesa por una situación de incertidumbre, muchas decisiones de los dirigentes del país no son compartidas por los argentinos. El turismo emisor argentino creció un 26% en 2011 con respecto a 2010 y las previsiones para este año, apuntan a un nuevo crecimiento. Los principales destinos para ellos son, lógicamente los países limítrofes, Uruguay es el lugar más destacado. Después



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

esta Estados Unidos, Canadá y Europa. Chile, a pesar de ser el más pequeño de los 3 países que hemos visitado (algo más de 17 millones de habitantes), está creciendo de manera impresionante. Tienen una gran estabilidad política y económica, es el primer país del mundo en acuerdos comerciales firmados. El cobre es su principal fuente de ingresos y el aporte del turismo a su PIB es del 5,2 % en el 2011.

- ⇒ **13 al 19 de mayo – Press-trip Revista “Tour”.** La Oficina Española de Turismo en Munich solicitó nuestra colaboración para recibir en Málaga-Costa del Sol al periodista Jörg Wenzel, de la revista “Tour”, y a su compañero Martin Roos. Esta revista, una de las más importantes dentro del ámbito de la bicicleta, cuenta con una tirada de 80.000 ejemplares. Este periodista viajó a nuestra provincia con la intención de realizar un reportaje sobre Ronda como ruta para entrenar en primavera, así como sobre las sierras de Grazalema, Blanquilla y Torrecilla. El Patronato colaboró en esta acción gestionando las tres noches de alojamiento en un hotel de Ronda, ofrecido por cortesía, y asumiendo el coste de un vehículo de alquiler. Se trata de una interesante colaboración con muy bajo coste para el Patronato de Turismo.
- ⇒ **17 al 19 de mayo – Euroal (Torremolinos).** La séptima edición de Euroal (Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura), ha ofrecido un escenario de encuentro de negocio y convivencia interactiva para profesionales del turismo procedentes de todo el mundo. El Patronato participó con stand propio, además de ofrecer una presentación de destino durante las jornadas profesionales y ha colaborado económicamente y presencialmente con el post-tour para las empresas invitadas. El workshop denominado “Ronda de Negocios” es la actividad estrella de Euroal configurándose como una oportunidad para emprender nuevos contactos y alianzas comerciales con operadores y emisores de diversos países. Este workshop resultó muy productivo ya que los profesionales invitados venían con las ideas claras sobre las necesidades que tiene con respecto a nuestro destino. Mantuvimos una veintena de citas en las que, en general, la mayoría solicitaban información genérica del destino. Además, tienen lugar presentaciones de destinos y productos turísticos, cursos de formación, conferencias y mesas redondas. Entre los objetivos de este evento se encuentra el de ofrecer un escaparate de negocios de toda la oferta turística internacional y crear un puente entre sus culturas así que la actividad profesional se complementa con una amplia variedad de actividades culturales: historia, folklore, gastronomía, muestras de artesanía, visitas a lugares emblemáticos, eventos sociales, concursos, viajes, etc. Participaron un total de 27 países así como 41 touroperadores de 21 países diferentes. Este salón se ha convertido en un importante escenario de encuentro entre profesionales del sector turístico y la touroperación de Europa y América, que combina excelentemente la promoción turística con el análisis de la situación del sector turístico mundial.
- ⇒ **20 al 22 de mayo – Fam-trip Post Tour Euroal.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, a petición de la organización del evento Euroal 2012, organizó un programa de visitas para mostrar una parte de los atractivos culturales, paisajísticos, naturales-aventura y gastronómicos de nuestro destino pivotando en este caso sobre la ciudad monumental de Antequera, la comarca de la Axarquía y nuestra capital. Se atendió a un grupo de 14 personas, entre agentes de viajes y periodistas, de diferentes nacionalidades (franceses, ecuatorianos, alemanes, argentinos, y uruguayos).



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

Organizamos un programa de visitas que se inició en Antequera, seguido de la comarca de la Axarquía tanto su costa, Algarrobo pueblo y costa, como del interior Sedella, Salares, Canillas de Albaida, Sayalonga y especialmente una visita al Parque Natural de Tejeda, Almjara y Alhama, para posteriormente visitar la ciudad de Málaga. Los componentes del grupo quedaron muy satisfechos, e impresionados por los valores turísticos que pudieron experimentar en los tres días en que se desarrolló el programa, en los aspectos culturales, paisajísticos, de turismo activo y gastronomía de esas zonas de nuestra provincia.

- ⇒ **20 al 24 de mayo 2012 – Jornadas Profesionales Costa del Sol en Marruecos (Rabat, Casablanca y Tánger).** Por sexto año consecutivo, a petición de nuestros socios, el Patronato de Turismo ha llevado a cabo unas Jornadas Profesionales en Rabat, Casablanca y Tánger dirigidas a agentes de viaje, touroperadores y medios de comunicación. Según datos de la Embajada, la Costa del Sol recibió en el 2011 a 300.000 visitantes procedentes del país Alauita. Tánger, Rabat y Casablanca son los principales mercados emisores para nuestro destino. Se trata de un visitante con un perfil vacacional con largas estancias (media de 15 días), que viaja con su propio coche y con motivaciones relacionadas con la gastronomía, ocio, cultura y compras. Se aloja en hoteles y/o apartamentos. Estepona, Marbella, Fuengirola, Benalmádena, Torremolinos y Málaga son los principales destinos más demandados. El formato de las jornadas ha mantenido el mismo esquema en las 3 ciudades: workshop y cóctel con espectáculo flamenco. En el transcurso de las jornadas se ha puesto de manifiesto la apertura de nuevas líneas de negocio que servirán para consolidar los incrementos de visitantes que se están produciendo en los últimos años y hacer de la Costa del Sol un destino más competitivo. Entre las líneas de negocio con más posibilidades de expansión figuran además del segmento vacacional el segmento de reuniones, el turismo idiomático y las oportunidades de que los nuevos residentes de Marruecos viajen a la Costa del Sol. Estas jornadas fueron seguidas por numerosos medios de comunicación tanto españoles como marroquíes, entre los que destacan TV 1 Maroc, TV 2 Maroc, Onda Cero Radio, EFE, Canal Sur TV, L'Economiste y Tourisme et Gastronomie.
- ⇒ **22 al 24 de mayo – IMEX (Frankfurt).** Décima edición de la Feria de Turismo de Reuniones IMEX (Feria Mundial para Viajes de Reuniones e Incentivos), enfocada únicamente al turismo de reuniones e incentivos y va dirigida a todos los mercados internacionales contando con la presencia de compradores de todo el mundo. Se trata de la feria de turismo de reuniones más grande e importante junto con la EIBTM de Barcelona. El formato es similar a cualquier feria de estas características con la diferencia de que se pueden concertar citas con compradores en los diferentes stands a través de la propia organización. La Costa del Sol contó con dos mostradores y dos mesas de trabajo. Durante sus tres días de duración nos acompañaron una quincena de miembros asociados, entre DMCs y hoteles de 4 y 5 estrellas. Se trata de una de las ferias especializadas que mejor está funcionando hasta la fecha teniendo en cuenta la difícil situación mundial, la aparición de nuevos destinos competidores y el declive de las ferias como herramienta de promoción. La afluencia de compradores profesionales ha sido inferior a anteriores ediciones, con clientes procedentes de Estados Unidos, Canadá, Alemania, Holanda, Reino Unido, España o Rusia, principalmente. Durante la celebración de la feria tuvimos además la oportunidad de reunirnos con diversos colaboradores de



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

Francia, Alemania, etc., así como asistir a la conferencia de prensa organizada por la Oficina Española de Turismo en Frankfurt, en la que se presentaron las últimas cifras y tendencias del segmento de reuniones e incentivos de 2012. La recuperación del comercio mundial muestra sus efectos positivos en la economía alemana, que experimenta una importante reactivación. Las perspectivas para 2013 mejoran sensiblemente. El sector de reuniones e incentivos se ha visto afectado con la reducción del número de incentivos celebrados, con menor presupuesto y menor número de días de duración, mientras que el número de reuniones y conferencias se mantienen e incrementan en beneficio del segmento asociativo.

⇒ **24 de mayo – Presentación “Guadalteba Destino 10”.** El Centro de Iniciativas Turísticas de Guadalteba nos invitó a la presentación de “Guadalteba Destino 10”, iniciativa que pretende promocionar el destino en sí junto a sus recursos patrimoniales, naturales y gastronómicos. En esta campaña se han implicado establecimientos hoteleros, restaurantes y empresas de turismo activo de toda la comarca, además de la industria agroalimentaria de la zona. La promoción consiste en ofertar los servicios de alojamiento y restauración a un precio de 10 euros, e incluir otro tipo de servicios o actividades también a precios reducidos como visitas guiadas a museos y centros de interpretación, actividades deportivas, lotes de productos, etc. Para completar el fin de semana se ha instado, igualmente, a los ayuntamientos para que organizaran diferentes actividades culturales o recreativas durante este mismo fin de semana como exposiciones, concursos, etc. La idea es implicar al mayor número posible de personas y/o empresarios de la comarca, para que esta oferta tenga éxito. La promoción del evento se llevará a cabo por los canales habituales como prensa o radio y además se realizará una amplia difusión a través de Internet utilizando la propia Web de Guadalteba, así como las redes sociales. Para esta ocasión se editará un folleto con todos los establecimientos adheridos a la promoción y el producto que ofertan, con la idea de que el cliente pueda planificar su estancia. Desde el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol y la Diputación Provincial se ha apoyado esta iniciativa y vamos a dinamizar la filosofía a través de las redes sociales y nuestra página Web. La fecha elegida para lanzar esta oferta es el 15, 16 y 17 de junio de 2012.

⇒ **30 al 31 de mayo – Jornadas Comerciales “Let’s Talk About Andalucía” Reino Unido e Irlanda (Londres y Dublín).** Organizadas por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, el principal objetivo de esta acción ha sido el de acercar la oferta andaluza a estos mercados con la intención de establecer relaciones comerciales con compradores potenciales en el ámbito de la touroperación y las agencias de viajes. El formato de la acción ambos días ha sido de una sesión de trabajo o workshop con horario de 18.00 a 20.00 horas seguidas por una cena con los participantes y espectáculo flamenco-lírico para amenizar y concluir con las jornadas. La asistencia a ambas sesiones por parte de compradores locales ha sido satisfactoria, dándose una mejor respuesta por parte de los compradores irlandeses, muy participativos en acciones con este formato. Con este tipo de acciones se logra no sólo la captación de nuevos contactos, sino que también se investigan las oportunidades que existen para la promoción y comercialización de nuestro destino, por segmento y producto, así como el comportamiento de este mercado con respecto a la reserva de paquetes y alojamiento en Málaga-Costa del Sol se refiere. Las conclusiones de estas



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

misiones comerciales son claramente satisfactorias y ponen de manifiesto las perspectivas de una leve mejoría para la temporada de verano 2012 con respecto al año anterior, junto a un marcado interés en Málaga-Costa del Sol como destino de city-break. No hay que olvidar, por parte del mercado británico, que esta posible reactivación de las llegadas hacia España esté motivada por el peso de la libra, actualmente más fuerte que el euro. Ambos mercados coinciden en señalar como los principales destinos competidores en el plano internacional a Portugal (principalmente Algarve, Albufeira y Madeira) y a Malta, destacando a su vez en el ámbito nacional, la fuerte competencia por parte de las Islas Canarias para la temporada de invierno.

- ⇒ **31 de mayo – Foro “Las Buenas Noticias del Turismo” Gestión Creativa de las Nuevas Oportunidades (Málaga-Costa del Sol).** Organización de una Jornada Profesional, para agentes de viajes, con dos vertientes diferenciadas, una formativa y motivacional y otra de carácter promocional y de comercialización. Para ello contamos con la colaboración del Ayuntamiento de Benalmádena, el hotel THB Torrequebrada y la participación de AEDAV y AEHCOS. En la acción informativa participaron tres ponentes de nivel, Elena Alfaro, Domènec Biosca y Javier González-Soria y Moreno de la Santa, quienes facilitaron a los asistentes una visión de la situación turística actual, así como nuevas formas de ver la comercialización de los productos turísticos. Después de las ponencias, tuvo lugar una mesa redonda, moderada por Esther Eirós, en la que participaron tanto los agentes de viajes invitados, como las empresas socios del Patronato. Aprovechando tanto los previos a la jornada como las pausas del café o el almuerzo, los empresarios de Málaga-Costa del Sol tuvieron la oportunidad de hablar con los agentes de viajes emisores que participaron en dicha jornada, ofreciendo sus productos a los mismos. Al finalizar la jornada de la mañana, se ofreció a los invitados cuatro experiencias que les permitirán tener un conocimiento más cercano del destino y la oferta de Málaga-Costa del Sol. Las experiencias ofertadas fueron: Turismo Cultural, Salud y Belleza, Golf (jugando o aprendiendo a jugar) y Turismo Familiar. Como colofón a la Jornada, se celebró una cena de gala en la sala de fiestas Fortuna, a la que asistieron tanto invitados como empresarios socios del Patronato, con lo que las posibilidades de networking han estado presentes de principio a fin de la jornada.
- ⇒ **31 de mayo al 3 de junio – Fam-trip MICE y Lujo Noruega.** Durante estos días recibimos a un grupo de agencias procedentes de Noruega con objeto de mostrarles parte de la oferta hotelera, cultural, gastronómica y de ocio existentes para sus clientes de alto poder adquisitivo, haciendo especial hincapié en las últimas novedades de la provincia de Málaga. Esta acción se ha realizado como seguimiento del Puerta a Puerta realizado en 2011 en Oslo, pues no hay mejor manera de vender como enseñarles el destino de la manera más mágica posible. Se trata de un mercado de tremendo poder adquisitivo y que no han considerado a Málaga-Costa del Sol como un destino para proponer a sus clientes. Nos encontramos por tanto ante un mercado virgen al que podemos convencer de nuestros atractivos, además de contar con la Oficina Española de Turismo de Oslo, que lleva años volcándose en la promoción de la Costa del Sol a través de sus redes sociales y de todos sus contactos de prensa. La OET de Oslo se ha ocupado de la invitación de los compradores, así como de la gestión y patrocinio de los billetes de avión, mientras que el Patronato ha diseñado el programa de visita y actividades contando con la colaboración del hotel Gallery Molina Lario y el hotel IPV



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

Beatriz Palace, donde se alojaron los participantes. Se ha hecho coincidir este fam-trip con la celebración de Marbella Luxury Weekend con objeto de que los clientes pudieran conocer este importante evento, las marcas y productos de lujo disponibles en la Costa del Sol y disfrutar de actividades y exposiciones especialmente diseñadas para la ocasión. Muy buena calidad de participantes que demostraron mucho interés por el destino, la mayor parte de los clientes no lo conocía. Nos consideran un destino altamente interesante para sus grupos. Les interesan principalmente las actividades complementarias para grupos, las compras (Noruega es uno de los países más caros de Europa y España les resulta barato), y las distancias entre los diversos municipios de la Costa del Sol. Los noruegos son personas educadas, respetuosas y honestas que buscan la sencillez.

- ⇒ **1 al 6 de junio – Press-trip Novaturas.** A petición de Novaturas, touroperador de los Estados Bálticos, recibimos a un grupo de periodistas lituanos, letones y estonios, quienes fueron seleccionados por la propia compañía. El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, en colaboración Smilo, les elaboró un programa que recorrió varios municipios de la provincia de Málaga. En la acción colaboraron los ayuntamientos de Marbella, Málaga, Ronda, Antequera y Mijas. Mediante la visita de estos periodistas se quiere dar a conocer durante cinco días las diferentes ofertas turísticas de las que dispone nuestra provincia. Novaturas es el mayor touroperador de los Estados del Báltico. La principal actividad de la compañía es la organización de vacaciones y circuitos, aunque en el 2011 abrió una división de turismo de lujo, Novaturas Gold. Actualmente opera en más de 23 destinos, teniendo vuelos charters desde Vilnius (Lituania), Riga (Letonia) y Tallin (Estonia). Desde su inicio en Lituania en 1999, la compañía ha crecido sistemáticamente, introduciendo nuevos servicios y destinos e invirtiendo en calidad. Este mercado es de gran importancia ya que puede contribuir a la desestacionalización de Málaga-Costa del Sol, puesto que prefieren evitar los meses de verano, demasiado calurosos para ellos. La visita ha sido muy fructífera, ya que los medios de comunicación presentes quedaron impresionados con el destino y algunos de ellos han decidido producir más de un artículo sobre el destino, segmentándolos en productos, culturales y gastronómicos. Además estos artículos se publicaran a lo largo de este verano, lo que, se prevé, facilitará y activará las ventas. Los medios que se desplazaron fueron: Moteris (Lituania) e IEVA (Letonia) ambas revistas dirigidas a mujeres de entre 30 y 50 años, el periódico BECTN (Letonia) y los medios online lituanos [www.15 min.lt](http://www.15min.lt) y www.makalius.lt.
- ⇒ **3 al 4 de junio – Press-trip “Cara Magazine”.** A petición de la Oficina Española de Turismo en Dublín, atendimos la visita de la periodista Oda O’Carroll quién viajó a la Costa del Sol con el fin de escribir un artículo bajo el título “Hidden Málaga” a incluir en la revista publicada por la compañía aérea irlandesa Aer Lingus. El artículo, de varias páginas, pretende recoger los lugares más escondidos o menos turísticos y con encanto de nuestro destino. La periodista ya conocía nuestro destino, motivo por el cual le mostramos los lugares menos conocidos por los turistas como mercadillos, cuevas, lugares donde poder practicar equitación, etc. al objeto de que pudiera completar con nuevos atractivos su artículo. En el programa se incluyeron visitas a un show flamenco, visita a la Estupa de la Iluminación (templo budista en Benalmádena), almuerzo en el Museo del Vino de Mijas. Además le recomendamos otros atractivos como lugares donde



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

poder tomar una copa o las zonas de ambiente nocturno como chiringuitos, puertos deportivos, terrazas de hoteles, lounges, etc. La periodista quedó muy agradecida por el programa elaborado y por las atenciones recibidas. Comentó que encontró gran contenido y muy interesante para su artículo y, sobre todo, quedó bastante sorprendida con la variedad de actividades ya sean de ocio o culturales que ofrece nuestro destino. Aunque conocía muy bien la Costa del Sol desde hacía muchos años, insistió en que descubrió lugares y actividades muy interesantes que pueden darle un añadido importante al gran abanico de posibilidades que la Costa del Sol ofrece.

⇒ **6 al 8 de junio – Sol Norwegian Cup (Oslo).** El Patronato de Turismo organizó en colaboración con la Oficina Española de Turismo de Oslo el primer torneo “Sol Norwegian Cup” celebrado en el campo de golf Haga, uno de los más prestigiosos del destino noruego. Se trata de una acción importante en un mercado con un gran potencial. Este torneo, en el que participó una importante representación del sector turístico malagueño y más de una veintena de agentes de viajes y periodistas noruegos especializados en golf, fue el escenario perfecto para el intercambio y la captación de nuevos negocios entre los profesionales asistentes y para fidelizar a touroperadores y a la prensa noruega especializados en los segmentos de golf y congresos. Al tradicional formato de un torneo de golf, se unió un workshop previo y un desayuno de trabajo. Una vez finalizado el torneo, se ofreció una cena y la entrega de premios. La importancia de esta acción es clara si se tiene en cuenta que Noruega es, sin lugar a dudas, uno de los mercados prioritarios para nuestro destino en este segmento ya que al gran interés del turista noruego por el golf, se une además el alto poder adquisitivo de estos visitantes dada la fortaleza que su moneda, la corona noruega, goza en estos momentos. Todo esto unido a las buenas conexiones aéreas existentes en la actualidad entre Noruega y nuestro destino y la futura implantación de nuevas rutas de la compañía Norwegian Airlines. En estos momentos, el mercado noruego especializado en golf cuenta con más de 150.000 licencias, de las cuales unas 45.000 aproximadamente son femeninas y otras 15.000 junior. Estas cifras, que revelan una importante cuota de mercado especializado en el segmento de golf, incentivan a desarrollar nuevas estrategias para ganar competitividad y seguir haciendo frente a otros destinos con una importante oferta en el segmento de referencia.

⇒ **7 al 10 de junio – Fam-trip Challenge Air Europa.** Agentes de viajes de Challenge Air Europa participaron en un viaje de familiarización organizado por el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol en colaboración con Air Europa y la OET de París. Entre los integrantes se encontraban representantes de las agencias Egencia, Agis Voyages, Carlson Frontieres, Actuels Voyages y Semblat Voyages. Los trece integrantes del grupo visitaron durante su estancia los municipios de Ronda, Mijas y Marbella además de la capital costasoleña, pudiendo conocer de primera mano la amplia oferta cultural, gastronómica y vacacional que ofrece nuestro destino. Este grupo es el resultado de un concurso que por quinto año consecutivo organiza la OET de París en colaboración con la compañía Air Europa y que consiste en varios “challenges” destinados a los agentes de viajes franceses. Mallorca, Costa del Sol, Tenerife y Valencia. El Challenge es un juego concurso destinado a los agentes de viajes, que se cuelga durante un mes en la página profesional de las compañías Air Europa www.espacepro-aireuropa.fr. Entre los ganadores del concurso celebrado durante un mes se llevó a cabo la selección, de los que han sido



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

los participantes en el fam-trip de referencia. El grupo ha resaltado en todo momento la riqueza gastronómica malagueña, la variedad, y la calidad de la misma, así como la amplia oferta museística, y la sobresaliente dotación de nuestra provincia, en cuanto a infraestructuras se refiere.

- ⇒ **8 de junio –Fam-trip STI Voyages.** El día 8 de junio el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol acogió en Málaga a un grupo de agentes de viaje procedentes de toda Francia, con el fin de conocer de primera mano las oferta cultural, gastronómica, vacacional y artística que ofrece Málaga. El grupo atendido por este Patronato en colaboración con el receptivo Viajes Master Internacional, estaba formado por un total de 20 agentes de viaje con el fin de conocer productos turísticos del sur de España, por lo que los agentes han visitado las capitales de Málaga, Sevilla y Córdoba. El Patronato de Turismo les ofreció una presentación de destino en sus oficinas, un almuerzo a base de tapas y una visita guiada a la ciudad de Málaga y Museo Picasso para lo cual contó con la colaboración del Ayuntamiento de Málaga. El objetivo de esta visita no fue otro que el de formar y educar a la red de ventas del touroperador francés STI, mejorar el posicionamiento de nuestro destino en el mercado francés, además de facilitar la comercialización y puesta en valor de un producto de calidad (cultural, gastronómico, sol y playa, verde, interior y turismo activo). La calidad de los participantes ha sido muy buena, ya que hemos recibido a vendedores en un mercado actualmente en auge, a pesar de la incertidumbre generada para la presente temporada estival en cuanto al comportamiento del mercado turístico francés. Nos han felicitado y agradecido expresamente la colaboración y atención recibida por parte del Patronato de Turismo, además de disfrutar de un producto de alta calidad y accesible disponible en un destino próximo como es Málaga.
- ⇒ **8 al 10 de junio – Pres-trip Blogger Nacionales “#Axarquiatrip”.** Dada la repercusión que tienen las redes sociales, organizamos un viaje de familiarización durante un fin de semana con un grupo de Blogger nacionales formado por 5 personas. El viaje se centró en la Axarquía, zona que posee importantes productos en el segmento de interior. A tal fin, se confeccionó un programa de visitas al objeto de conocer los pueblos y su oferta, todo ello en colaboración con la ASEMUV (Asociación de Empresarios de la Axarquía). El objetivo de este viaje no fue otro que mostrarles aquellos productos y lugares menos conocidos de la Axarquía malagueña. Dado el carácter especial de este grupo, tratamos de dar repercusión antes, durante y después vía redes sociales tales como Facebook, Twitter y por los respectivos blog de cada uno de los asistentes. A día hoy las opiniones que se vierten en las redes sociales y blog de viajes son muy valoradas por los usuarios, la mayoría recurre a este tipo de sitios para decidir el lugar de destino en sus próximas escapadas o vacaciones. Los componentes de este grupo se han estado moviendo en las redes sociales durante dos semanas antes de llegar el destino Axarquía-Costa del Sol. Se creó un hanstag propio para esta acción “#Axarquiatrip” para que podamos valorar el impacto que ha tenido esta acción en Twitter. Cada uno de los componentes del grupo gestiona un blog específico de viajes, un perfil en Facebook y una cuenta en Twitter entre otras redes sociales, de manera que durante todo el fin de semana han subido gran cantidad de comentarios, fotos, videos a estas. Sus seguidores (que oscilan entre 1.000 y 2.500) han podido ver estos contenidos y a su vez reenviarlos a otros tantos.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **11 al 15 de junio – Ignite be Expo (Toronto).** El Patronato de Turismo, a través de su Convention Bureau, ha realizado varias acciones relacionadas con el segmento de reuniones, congresos, convenciones e incentivos entre las que se incluye la asistencia a la feria canadiense Ignite be Expo. Dicha feria tuvo lugar en el Eney Direct Centre de Toronto y está organizada a iniciativa de la revista “Ignite” dedicada al mundo de incentivos y congresos. Su propulsor, Richard Elliot, muy conocido en el sector y fundador también de la feria Meeting & Incentives Travel Show, ha visto en esta feria una nueva alternativa de interacción con las casas de incentivos y corporaciones del mercado canadiense. La feria contó con unos 250 vendedores, exclusivamente profesionales del segmento de congresos, convenciones e incentivos. Aprovechando la asistencia de nuestra entidad a esta feria, asistimos a otros actos organizados en torno a ella: MPI Toronto Education Conference, ACTE Networking, Golf Invitational y Site Canada Social, entre otros. Entre ellos hay que destacar una cena organizada con motivo del 25 Aniversario de Select Group Marketing, en la que se rindió homenaje a Moira Hern, propietaria de la entidad y una de las figuras más importantes y reconocidas del sector. Durante la cena, a la que asistieron representantes de todas las grandes casas de incentivos del país así como los meetings planners más importantes, se hizo una mención especial al Costa del Sol Convention Bureau por la labor desempeñada de promoción del destino durante muchos años en relación a este sector.
- ⇒ **12 al 14 de junio – Puerta a Puerta Alemania (Düsseldorf y Colonia).** El objetivo de esta acción ha sido el de establecer nuevos contactos y dar a conocer la oferta y novedades existentes en la 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. Para la organización de la agenda de citas hemos contado con la ayuda de la agencia Spain b2b, agencia especializada en la representación de destinos turísticos. Su dueña ha sido directora de Promoción de Turismo de Canarias así como del Convention Bureau de Tenerife durante 13 años, domina el segmento MICE y tiene muy buenos contactos. Esta acción promocional consistió en la visita y presentación del destino a 12 casas de incentivo, agencias organizadoras de eventos y empresas de marketing y comunicación. Se trata de un buen número de citas teniendo en cuenta lo difícil que resulta que te reciban las agencias MICE hoy en día. Las reuniones y presentaciones han resultado ser interesantes y enriquecedoras tanto para el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol como para los socios que nos han acompañado. Un buen seguimiento de los contactos nos dará la oportunidad de crear vínculos con los clientes y así captar negocio para el destino en un medio o largo plazo. Alemania atraviesa un buen momento económico y así nos lo han manifestado las agencias visitadas, que mueven importantes volúmenes de negocio. Casi todas las agencias precisan los servicios de un DMC, lo que es buena señal. Este tipo de acciones comerciales son siempre positivas, se recomienda seguir invirtiendo en ellas en próximos años dada la calidad de los contactos realizados y la satisfacción de los socios que nos han acompañado.
- ⇒ **12 de junio – Meetopolis (Bruselas).** Meetopolis es un evento especializado en el segmento de reuniones e incentivos belga dirigido exclusivamente a Convention Bureaux, que se celebró por primera vez en 2011 en Bruselas y que este año ha celebrado su segunda edición. Este evento ha sido organizado por Meetaxis, empresa de marketing y



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

consultoría especializada en el segmento de reuniones e incentivos. Meetaxis ha estructurado el evento Meetopolis en tres partes diferenciadas con objeto de que los destinos participantes pudieran mantener tres encuentros con compradores belgas en tres fechas distintas del año. En este segmento los contactos personales, el networking y las acciones de seguimiento son esenciales para presionar y fidelizar a los clientes, de ahí que esta acción haya sido así planteada. Este ha sido el primer encuentro de los tres que se van a celebrar y ha consistido en un workshop con empresas, agencias y asociaciones belgas, que se celebró en el Museo de Instrumentos Musicales, durante el que tuvimos la oportunidad de realizar seis presentaciones “formativas” del destino a seis grupos de siete compradores cada uno, seguidas de un cóctel-cena y actividad de networking. El mercado de reuniones e incentivos belga es un mercado bastante importante y con gran potencial para el destino, en especial el segmento asociativo, ya que Bruselas es la ciudad con mayor número de asociaciones internacionales. Ha sido un encuentro interesante donde han participado numerosos compradores, en su mayoría asociaciones internacionales y empresas a las cuales hemos podido presentar toda la infraestructura que ofrece el destino Costa del Sol para la organización de eventos.

- ⇒ **17 al 19 de junio – Press-trips Periodistas Taurinos.** Medios especializados en prensa taurina se trasladaron a la provincia de Málaga para conocer la oferta turística que ofrece nuestro destino, especialmente vinculada al segmento taurino, un mundo poco conocido y que sin duda suscita un gran interés tanto a nivel nacional como internacional. El objetivo de este viaje, en el que se ha contado con una representación de los medios más importantes de la prensa taurina del panorama nacional, ha sido sin duda, dar a conocer la estrecha relación existente entre el turismo y la cultura taurina y la oferta existente en la provincia vinculada a este segmento. Los medios participantes fueron los siguientes: “Mundotoros”, “6Toros6”, “Burladero”, “Cultoro y Mundo” y RNE-Burladero. Se les organizó un extenso programa de visitas en el que, sin duda, el producto turístico que se visitó es un proyecto cultural pionero, con una oferta única, en la que el visitante, amante de la naturaleza, del toro, o simplemente interesados en la cultura y la tradición española puede conocer de primera mano el apasionante mundo que rodea al toro bravo, lo que lo constituye no sólo en un interesante producto sino también en un atractivo único de la provincia. Todos los participantes coincidieron en calificar esta visita como una experiencia única e inolvidable y en resaltar la necesidad de un espacio temático dedicado íntegramente al toro y a su entorno, con el objetivo de acercar y dar a conocer todos y cada uno de los entresijos del desconocido mundo taurino a los diferentes sectores de la sociedad.
- ⇒ **18 al 20 de junio – Misiones Comerciales Andalucía en España III, “Ruta de la Plata” (Valladolid, Salamanca, Cáceres y Mérida).** Jornadas organizadas por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía siguiendo el formato de workshop de dos horas de duración, seguido por una presentación del destino Andalucía, cóctel y espectáculo flamenco. La participación de agentes de viajes fue aceptable, sobre todo teniendo en cuenta las circunstancias y las fechas en las que celebraron en Valladolid (75 agentes) coincidió con el encuentro de fútbol España-Croacia y en Mérida (45 agentes) con la celebración de la Patrona de Badajoz, por lo que era víspera de festivo y puente. En las dos restantes nos visitaron 50 en Salamanca y 40 en Cáceres. Si bien la asistencia de agentes, como comentado, fue aceptable, la calidad de los mismos,



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

en todas las ciudades, fue muy buena, ya que se acercaron aquellos que tenían interés y negocio real en las distintas zonas expuestas. Nos comentaron la dificultad en la venta, a nivel general, que está mejorando en las últimas fechas, sobre todo por la llegada de buenas noticias en cuando a la situación del tiempo. Como preveíamos, las fechas en que se ha realizado la acción han sido muy buenas, ya que estamos en época de ventas de la temporada de verano y en estos momentos se está notando movimiento de reservas. Las comunicaciones con esta zona de España se han visto muy favorecidas con la Autopista de la Ruta de la Plata, corredor natural, que ya desde la antigüedad articulaba el occidente de la Península Ibérica. Si bien tiene ciertas diferencias de trazado, mantiene la idea de crear un eje que permite comunicar el oeste peninsular entre los puertos del norte y el sur, lo que facilita notablemente los accesos a Andalucía. La playa natural de Valladolid es la Costa Cantábrica, si bien la malagueña se ha visto muy favorecida con la llegada del AVE y, desde marzo a noviembre, los dos vuelos semanales y directos a Málaga que la mantiene la compañía Ryanair. Asimismo, hay que tener muy en cuenta la nueva operativa que la compañía Helitt tiene con la Costa del Sol, con 4 frecuencias semanales Badajoz-Málaga. No debemos desaprovechar este tipo de acciones que nos dan la oportunidad, con un coste mínimo, de acercar y promocionar el destino Málaga-Costa del Sol a los profesionales del turismo.

⇒ **20 al 21 de junio – Press-trip Duna TV Hungría.** Colaboramos junto a la Oficina Española de Turismo de Viena y la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía en la organización y acompañamiento de un viaje de prensa de la televisión húngara Duna TV. Esta acción promocional surge en respuesta a la petición de Argos Consulting, una consultora internacional para comercio exterior con una amplia red de corresponsales en todo el mundo. Esta televisión tiene emisiones culturales en idioma húngaro vía satélite para la población húngara residente en Hungría y todos los países donde residen en total unos 3.000.000 de habitantes húngaros, sobre todo países colindantes como Rumanía, Eslovaquia, Serbia o Ucrania. El equipo de Duna TV ha realizado ya programas culturales grabados en Argentina sobre el tango, en España sobre el Cincuenta Aniversario de la Feria del Mueble de Yecla y tiene dos proyectos en vías de elaboración: un viaje de grabación por el Perú siguiendo los pasos de dos viajeros húngaros del siglo XX y el viaje de referencia por Andalucía. El objetivo final de este proyecto audiovisual era ofrecer una visión general sobre la región andaluza, destacando su cultura y sus tradiciones. El flamenco, el arte taurino y la gastronomía ocuparon un lugar de excepción, analizando detalle a detalle cada uno de estos importantes elementos de nuestra oferta. Para ello se ha realizado entrevistas en academias de arte flamenco y taurinas, y se han visitado tablaos flamencos, escuelas de baile, asistido a corridas de toros y conocido algunos de los mejores y más tradicionales restaurantes de nuestra provincia.

⇒ **22 de junio – XIV Pro-Am Costa del Golf-Turismo.** Torneo de golf organizado por el Patronato Provincial de Turismo de la Costa del Sol que en su cartocera edición contó con la participación de 28 campos de golf costasoleños. En esta ocasión el Pro-Am tuvo lugar en La Cala Resort que se volcó en la organización para que el evento fuera todo un éxito. Este trofeo, que tiene carácter anual, pretende unir a los clubs de la Costa del Sol en la práctica y difusión de uno de nuestros atractivos más rentables, el golf, y que es sin duda un infalible reclamo que complementa nuestra oferta turística y un deporte del que



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

todos disfrutamos. Los equipos participantes representan a los diferentes campos de la provincia de Málaga y están formados por un profesional y tres amateurs procedentes de cada uno de los clubs participantes. El torneo se juega cada año en el campo del club que resulta ganador en la edición anterior y los jugadores, tanto nacionales como extranjeros, deben tener licencia en vigor y ser mayores de 21 años. Está prevista la entrega de premios para los tres primeros clasificados de cada categoría. Según las reglas del torneo, se otorgará un trofeo a los profesionales, otro a los amateurs de equipos de campo y otro a los patrocinadores, prensa y touroperadores. Para obtener el trofeo en propiedad es necesario vencer en tres ediciones consecutivas o en cinco alternas. Con el paso de los años, el torneo ha ido adquiriendo más prestigio si cabe. Este hecho queda demostrado al considerar que todos los campos de la provincia participan ya cada año en el evento. En este sentido, este torneo es una muestra más del excelente momento que el segmento golf atraviesa en la provincia, siendo uno de los destinos más solicitados de España y Europa.

⇒ **22 al 24 de junio – SIMed (9º Salón Inmobiliario del Mediterráneo).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha estado presente, con su producto “Living Costa del Sol” en el Salón Inmobiliario del Mediterráneo que se celebró en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga. Se trata de un evento dirigido al público profesional y general que ofrecía una zona expositiva que contaba con ofertas de inmuebles en Málaga y su provincia con el objetivo de incentivar la comercialización de viviendas y liberar el stock acumulado en la provincia malagueña. SIMed presentó una oportunidad para dar a conocer el proyecto “Living Costa del Sol” en el ámbito provincial, así como a los agentes inmobiliarios extranjeros, invitados por EXTENDA para participar en un workshop donde estaban presentes tanto el Patronato de Turismo, como la Asociación de Constructores y Promotores, en representación de “Living Costa del Sol” y con el fin de dar a conocer este proyecto ante las promotoras. En SIMed hubo un amplio programa de jornadas técnicas en las que, a través de debates, mesas redondas y conferencias, se abordaron temas de actualidad dirigidas a los profesionales del sector inmobiliario y la administración pública. De este modo, el recinto malagueño albergó las jornadas de la Asociación Provincial de Promotores y Constructores de Málaga (ACP Málaga), contando con la presencia del reconocido economista español y ganador del Premio Nacional de Economía en 2003, Ramón Tamames. El evento, organizado por el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) fue patrocinado por el Ayuntamiento de Málaga y la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de la Provincia de Málaga. Además, fue promovido por la ACP de Málaga y la Federación Andaluza de Promotores Inmobiliarios (FADECO), y contó con la colaboración de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM).

⇒ **26 al 28 de junio – Puerta a Puerta MICE Francia (París).** Acción enfocada en el segmento MICE en el mercado francés, donde se han dado cita un gran número de profesionales y agencias especializadas en la organización de incentivos, congresos, conferencias, presentaciones y eventos de carácter internacional. Para esta acción se ha contado con la colaboración de la agencia Axiom 1, especializada en la representación de destinos turísticos y conocedora del mercado MICE francés. El balance general de esta acción ha resultado muy positivo, puesto que tanto el Patronato como los socios que nos han acompañado, han establecido una serie de contactos con nuevos clientes, que permitirán en un futuro realizar posibles acciones beneficiosas para nuestro destino.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

Muchas de las agencias y empresas visitadas no han organizado con anterioridad eventos en la Costa del Sol. En este sentido, han mostrado gran interés y valorado especialmente las buenas conexiones aéreas con Francia, la cercanía, el clima, una infraestructura hotelera y servicio de primer orden, una gran variedad de venues o lugares con encanto disponibles en la ciudad de Málaga, junto con una oferta cultural en aumento. No hay que olvidar que las llegadas al aeropuerto de Málaga-Costa del Sol procedentes del mercado francés han registrado en los cinco primeros meses de 2012 una cifra de 129.439 llegadas. Los destinos de interior como Ronda, Mijas, Antequera, parques naturales, etc. han sido valorados muy positivamente así como el auge del turismo enológico, la extensa oferta complementaria y las actividades de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa. Aprovechando la estancia en París, el Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol realizó un breve encuentro con la Oficina Española de Turismo y los responsables del mercado localizados en la capital parisina.

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.