

RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS

PATRONATO DE TURISMO MÁLAGA – COSTA DEL SOL
SEPTIEMBRE – OCTUBRE 2012

- ⇒ **3 al 5 de septiembre – Press-trip Picasso.** Con motivo de la exposición dedicada a Picasso que tendrá lugar en el Palazzo Reale de Milán del 20 de septiembre 2012 al 6 de enero 2013, la Oficina Española de Turismo en Milán nos solicitó colaboración para un grupo de bloggers y medios especializados en arte, actualidad y lifestyle, con el fin de poder realizar publicaciones anteriores de dicha exposición. El objetivo de este viaje ha sido, sin duda, conocer cada detalle de la vida del pintor y el entorno donde se desarrolló la infancia del artista, su casa natal, su familia, su colegio....., aprovechando así el vínculo único y exclusivo que Picasso tiene con Málaga, su ciudad natal. Los medios participantes fueron los siguientes: “Vanity Fair” (revista femenina líder en Italia), “Il Sole 24 Ore” (diario económico, el más importante de Italia), “FrizziFrizzi” (blogg sobre cultura, arte, cine, libros, moda, notorios sobre brands y productos interesantes, entrevistas, etc., etc.), Diario online “Luxury” (especializado en arte, eventos y lifestyle), “Viaggi 24” y “La Republica”. En un programa de dos días de duración, los periodistas pudieron conocer al detalle toda la vida del pintor malagueño. Para esta visita se ha contado con la participación del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y la Plaza de Toros “La Malagueta”. El grupo, que en su mayoría no había visitado Málaga, quedó gratamente impresionado con la oferta cultural que ofrece nuestro destino. En estos días pudieron disfrutar de un excelente clima, así como conocer de primera mano la cultura, las tradiciones y la gastronomía de nuestra provincia. Todos los participantes coincidieron en calificar esta visita como una experiencia única y aseguraron que volverían pronto para conocer la amplia gama de productos turísticos que el destino costasoleño ofrece.
- ⇒ **7 al 10 de septiembre – Fam-trip Cat Publications.** Desde el Convention Bureau de la Costa del Sol se ha firmado un acuerdo de colaboración con la empresa de marketing y comunicación británica CAT PUBLICATIONS para insertar varias publicidades a lo largo del año y organizar un fam- trip con su apoyo. Tanto las publicidades como el fam-trip estarán orientados a promocionar el segmento asociativo ya que hasta el momento hemos hecho más hincapié en el corporativo en el mercado británico que en el asociativo por lo que es una oportunidad muy interesante debido a la relevancia que está tomando la ciudad de Málaga como destino de congresos. Aprovechando la unión con el Convention Bureau de Málaga en el proyecto MálagaCON, se ha organizado este fam-trip en colaboración con ellos y también contamos con el apoyo de la Oficina Española de Turismo de Londres y de British Airways. El programa preparado para estos profesionales fue muy completo, llegando a sorprenderles con el añadido “WOW factor” en todas las visitas que se hicieron en nuestra ciudad. Los invitados quedaron encantados e impresionados con las instalaciones que visitaron y el entorno en el que se encuentran. Durante su estancia en Málaga visitaron varios hoteles, el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, la Hacienda Nadales, el Jardín Botánico La Concepción, Hacienda El Álamo, Pedregalejo, Muelle Uno, la “Málaga de Picasso” y el Museo del Automóvil. Asimismo tuvieron la ocasión de degustar las muestras gastronómicas de la Bodega El Pimpi, Candado Beach y Castillo de Santa Catalina.
- ⇒ **12 de septiembre – Presentación Estudiantes Malaca Instituto.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol realizó en su sede una presentación sobre el destino a



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

un grupo de 7 estudiantes de Malaca Instituto, procedentes de una Escuela de Gestión y Comercio del norte de Francia. Estos estudiantes visitaron Málaga con el objetivo principal de aprender español para lo cual realizaron un curso en nuestro destino durante 4 semanas. Durante su estancia en nuestra provincia realizaron diversas actividades y visitas y, entre ellas, tenían especial interés en recibir información sobre nuestro destino de la mano del Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol. Se les realizó una presentación muy completa con información sobre el Patronato, su historia, a qué nos dedicamos, nuestra estructura, segmentos y mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística, finalizando con la proyección de un DVD del destino. Además, se les hizo entrega de material promocional de la provincia.

- ⇒ **13 de septiembre – I Sol German Cup (Alemania).** Dando cumplimiento al Plan de Acción 2012 y retomando las negociaciones que se comenzaron el año pasado con la Oficina Española de Turismo en Munich, el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha organizado por primera vez un torneo de golf dirigido al mercado alemán, concretamente en la zona sur de Alemania, al que han asistido 15 socios entre campos de golf, hoteles y empresas de representación. Han participado 13 clientes, incluyendo tres medios de comunicación. El formato de esta acción ha consistido en una presentación genérica del destino haciendo hincapié en la oferta de golf, un workshop de dos horas de duración, torneo de golf mezclando a los clientes con los asociados, cena y entrega de premios. Los principales objetivos marcados al realizar esta acción fueron: posicionar el destino, por primera vez, desde el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol en el mercado alemán; presentar las novedades a nuevos contactos en el sur del país; dar la oportunidad a nuestros asociados de que conozcan a nuevos touroperadores y fortalecer las relaciones existentes y utilizar un campo reconocido en esta zona de Alemania. Las instalaciones, mantenimiento y calidad del Malxrain han sido magníficas. El número de confirmaciones lamentablemente no ha sido el esperado, debido en parte a cancelaciones de último momento. Algunos de los asistentes han mostrado interés en las novedades del destino, así como en la oferta de campos de golf, resaltando la calidad de las instalaciones.
- ⇒ **20 al 21 de septiembre – Press-Trip Cultura Árabe.** Desde la Oficina Española de Turismo de Berlín nos llegó una petición de colaboración para la realización de un viaje de prensa a Málaga y Melilla al objeto de conocer el legado árabe. El objetivo de este viaje no fue otro que conocer al detalle cada vestigio árabe de nuestra ciudad. Visitaron la muralla del Vincci Posada del Patio, el Mercado de Atarazanas y acompañados por un guía local por cortesía del Ayuntamiento de Málaga, realizaron una ruta por las calles de la capital malagueña con trazado de la época musulmana y visitaron La Alcazaba, Jardines de Puerta Oscura y Pedro Luís Alonso, los cuales tienen elementos propios de la cultura árabe, así como la muralla del Rectorado, cuyo edificio es de estilo neomudéjar. El objetivo de este viaje no fue otro que conocer al detalle cada vestigio árabe de nuestra ciudad. Visitaron la muralla del Vincci Posada del Patio, el Mercado de Atarazanas y acompañados por un guía local por cortesía del Ayuntamiento de Málaga, realizaron una ruta por las calles de la capital malagueña con trazado de la época musulmana y visitaron La Alcazaba, Jardines de Puerta Oscura y Pedro Luís Alonso, los cuales tienen



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

elementos propios de la cultura árabe, así como la muralla del Rectorado, cuyo edificio es de estilo neomudéjar.

- ⇒ **18 de septiembre – Press-trip Periodista Australiana Tricia Welsh.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol atendió la visita de una periodista freelance procedente de Melbourne, Australia. Tricia Welsh contactó con este Patronato a raíz de una acción promocional realizada en Melbourne y nos solicitó concertar una cita para poder recibir información del destino. La Sra. Welsh tenía programado un viaje por toda España en el mes de septiembre. Durante un día y medio estuvo en el municipio de Marbella y al día siguiente tenía incluida en el programa una breve visita a Ronda, continuando el recorrido en los siguientes días por Granada, Córdoba y Madrid. Tricia Welsh es una periodista especializada en viajes y gastronomía desde hace más de 20 años. Ha sido colaboradora del “Australian Gourmet Traveller” durante más de 14 años y también trabaja independientemente para perisienos nacionales y otras revistas especializadas en viajes, siendo también miembro del comité de la Sociedad Australiana de Escritores de Viajes. Se le hizo entrega de guías especializadas en gastronomía (recetas típicas y “Sun & Oil”), un mapa de la provincia y un dispositivo pen drive con fotos, dossier de prensa y presentación del destino. Welsh comenta que en su ciudad natal, Melbourne, España está de moda ya que existen restaurantes españoles regentados por chefs con bastante nombre y que ofrecen una cocina muy exquisita y muy bien valorada por los críticos gastronómicos de esta ciudad australiana. Por esta razón, Welsh comenta que nuestro destino es ideal ya que cuenta con elementos esenciales para este tipo de visitantes que buscan un buen clima, cultura, gastronomía, golf y todo lo que en esencia nuestra provincia ofrece.
- ⇒ **18 al 20 de septiembre – Puerta a Puerta Madrid.** Entre los días 18 y 20 de Septiembre, el Patronato de Turismo de Málaga - Costa del Sol junto con 3 de sus miembros asociados, ha realizado una promoción Puerta a Puerta a agencias en Madrid en un ejercicio de venta cruzada de productos vacacional, cultural, enogastronómico, verde e interior. Se ha conseguido presentar toda la oferta del destino sobre producto cultural, citybreaks, shortbreaks, interior y gastronómico, presentar y potenciar la marca MAR de Culturas y facilitar la comercialización de los productos de los miembros asociados que han participado en esta acción. El balance ha sido muy positivo por la calidad de los contactos realizados y el interés que han mostrado por conocer las últimas novedades, nuevos proyectos y mejoras en la ciudad de Málaga, y destinos de interior como Ronda y Antequera. El mercado nacional se mantiene como uno de los principales generadores de negocio para Málaga-Costa del Sol, por lo que es indispensable continuar visitando periódicamente ciudades como Madrid y Barcelona para seguir recordándoles la importancia, continua mejora del destino y la gran oferta de la que disponemos. La Costa del Sol ocupa el 2º puesto en el ranking de destinos con mayor número de viajeros y pernoctaciones nacionales hoteleras. El 60 % de los viajeros proceden de Andalucía y el 13,3% de Madrid. Continúa la diversificación en el tipo de viaje: Sol y playa(70%), visita a familiares (13,5%), cultural y city break (3,8%), circuitos (4,8%) y rural (3,1%).



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **18 al 21 de septiembre IFTM (París).** Siguiendo el plan de acción del año 2012, el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha participado en la International French Travel Market celebrada en París, evento de referencia del sector turístico del mercado francés países del Golfo. La edición de 2012 de esta feria ha registrado un crecimiento de visitantes del 3,7% respecto a la edición anterior, reuniendo a un total de 28.788 profesionales durante los cuatro días de duración (martes 25%, miércoles 30%, jueves 30% y viernes 15% de la asistencia total), entre los cuales se han promocionado un total de 1.200 marcas representadas y 164 organismos turísticos presentes en 315 stands repartidos a lo largo de 27.000 m². Entre los participantes, cabe mencionar la presencia de los 3 principales grupos aéreos de este mercado: Skyteam, Oneworld y Star Alliance, así como 50 touroperadores, para incrementar en 67 los nuevos expositores respecto a 2011. El objetivo principal de la asistencia a este evento ha sido promocionar la amplia oferta turística de Málaga-Costa del Sol, en un mercado emisor de relevante importancia en el destino como representa el francés, el cual ha registrado un total de 255.340 llegadas en el aeropuerto de Málaga durante los ocho primeros meses del año, lo que supone un incremento del 8,51% en comparación al mismo período de 2011, sin olvidar la importancia que cobra el automóvil en los desplazamientos vacacionales debido a la proximidad desde este mercado. Según el informe de coyuntura facilitado por la Oficina Española de Turismo en París, confirma la importancia del mercado francés hacia el flujo turístico en la provincia de Málaga durante los primeros meses de 2012, consolidando el crecimiento experimentado durante el 2012 donde las regiones más visitadas fueron Cataluña (3,8 mill, -2%), Andalucía (1 mill, +12%), Madrid (650.000, -8%), Comunidad Valenciana (600.000, -6%), Baleares (438.000, +36%) y Canarias (252.000, +93%). Durante el 2011 Francia ha confirmado su tercer puesto como mercado emisor internacional hacia España, con una cuota del 15,1%, registrando un crecimiento del 3,3% en las llegadas a España, alcanzando 1.2 mill. de visitas y una cuota del 14,2%. Desde el 15 de mayo de 2011 al 13 de mayo de 2012, las llegadas de franceses han aumentado un 2,5% interanual. Las llegadas desde París pierden un 1% mientras que las procedentes del resto de Francia aumentan un 12%. Por destinos, Andalucía crece un 6,9%, Baleares un 27,9%, Canarias un 11% y Valencia un 2,5%. Las llegadas a Madrid y Cataluña disminuyen un 0,2 y un 3,5%, respectivamente.
- ⇒ **24 al 26 de septiembre – Puerta a Puerta Dublín.** Entre los días 24 y 26 de septiembre el Convention Bureau del Patronato de Turismo de la Costa del Sol ha realizado una promoción Puerta a Puerta en Dublín. Esta acción ha consistido en la visita y presentación de la Costa del Sol como destino de reuniones, incentivos, congresos y convenciones a casas de incentivos, agencias organizadoras de eventos y empresas de marketing y comunicación. Para la organización de la agenda de citas hemos contado con la ayuda de la Oficina Española de Turismo en Dublín. 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. Como conclusión, decir que disminuyen los incentivos, siendo ahora de menor presupuesto y con menor número de días, en beneficio de las reuniones, convenciones y presentaciones de producto, que se incrementan. Los sectores que generan más negocio siguen siendo el sector financiero, seguros, automoción, tecnológico y farmacéutico. Los destinos



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

españoles más solicitados son Barcelona y Madrid. La Costa del Sol no es un destino atractivo para la organización de incentivos del mercado irlandés ya que gran parte de la población ha estado en el destino de vacaciones en varias ocasiones.

- ⇒ **24 al 28 de septiembre – Jornadas Profesionales Turespaña Rusia (San Petersburgo y Moscú).** Siguiendo el plan de acción del año 2012, el Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol ha participado en las jornadas profesionales organizadas Turespaña en el mercado ruso el pasado mes de septiembre, concretamente en las ciudades de San Petersburgo y Moscú. Dichas jornadas de trabajo se desarrollaron según formato Workshop, en el que las empresas participantes recibían en sus respectivas mesas de trabajo a los agentes de viaje locales convocados por Turespaña, en sesiones de 2 horas de trabajo cada una de ellas, tras celebrar previamente una rueda de prensa a los medios de comunicación locales por parte del director de la Oficina Española de Turismo de Moscú, Félix de Paz. El principal objetivo de la asistencia a estas jornadas ha sido promocionar y comercializar la amplia oferta turística de la provincia en un mercado potencial como el ruso a lo largo de sus dos principales capitales de donde procede la mayor del turismo ruso hacia el mercado español. Las perspectivas de crecimiento, tanto económico en general, como turístico en particular, son a corto y medio plazo muy notables, siendo significativo, en este sentido, que Rusia haya sido en los últimos cuatro años el país europeo (el tercero a nivel mundial) con tasas más altas de aumento en lo que al turismo emisor se refiere. España aparece, en línea con lo anterior, como el sexto destino preferido por el turista ruso para sus vacaciones y el tercero en importancia para el producto sol y playa, tras Turquía y Egipto. Cabe señalar que la evolución en el número de turistas rusos hacia España puede calificarse, en términos absolutos, como muy positiva con incrementos globales que han superado en cinco veces la media de llegada de turistas internacionales al país. Con respecto a Málaga-Costa del Sol, el aeropuerto de Málaga ha registrado en los ocho primeros meses de 2012 un total de 31.242 visitantes frente a los 25.991 registrados en el mismo período de 2011 (+20% en lo que va de año). Como principal novedad para la temporada de invierno 2012/2013 cabe mencionar la ampliación de conexiones y frecuencias con el mercado ruso de la mano de Iberia, compañía que potenciará la ruta Moscú-Málaga con dos frecuencias semanales a partir del próximo mes de noviembre, uniéndose a así a la ruta directa ya operada por Aeroflot.
- ⇒ **29 de septiembre – VI Costa del Sol Masters Madrid (Jarama RACE).** El objetivo fundamental de este circuito 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. El Costa del Sol Masters Madrid, es un circuito amateur. Hasta la fecha el número de jugadores que han participado en el mismo supera la cifra de 14.000. El público objetivo al que se dirige son jugadores nacionales e internacionales, mayores de 24 años, con licencia federativa y con un poder adquisitivo medio-alto/alto. Nuestro objetivo prioritario es dar a conocer la variedad y pluralidad de oferta turístico-deportiva que ofrece este destino. La participación de jugadores fue de 240, con una lista de espera de más de 80 jugadores, teniendo en cuenta que las previsiones del tiempo eran de lluvia, la participación fue unánime. La directiva del campo al igual que en otros, nos pidieron plantearnos para el próximo año hacer dos pruebas con el fin de que nadie se quedara fuera, cada año, este circuito toma más fuerza y su éxito se ve en el número de



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

participantes. Madrid cuenta con más de 95.000 federados siendo la primera ciudad de España en número de licencias, por lo que para la Costa del Sol representa un cliente potencial para la práctica del golf unido a las infraestructuras y la oferta complementaria es el elemento más rentable para la captación de turistas. Por las características y repercusión mediática tanto a nivel nacional como internacional de este 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.

- ⇒ **1 al 3 de octubre – Puerta a Puerta Francia (París y Lyon).** Entre los días 1 y 3 de octubre el Convention Bureau del Patronato de Turismo de la Costa del Sol ha realizado una promoción Puerta a Puerta en Francia, la segunda que se realiza en este mercado este año. Esta acción ha consistido en la visita y presentación de la Costa del Sol como destino de reuniones, incentivos, congresos y convenciones a casas de incentivos, agencias organizadoras de eventos y empresas de marketing y comunicación. Se han visitado un total de 11 empresas, 8 en París y 3 en Lyon. Para la organización de la agenda de citas hemos contado con la ayuda de la agencia Axiom Marketing. El objetivo de esta acción ha sido el de continuar la labor de intentar introducirnos en el mercado francés, establecer nuevas relaciones con los clientes y presentar toda la oferta y novedades del destino para la organización de eventos, reuniones, incentivos, congresos... Las visitas en general han sido positivas e interesantes. Se ha presentado el destino desde el punto de vista MICE, se ha conseguido cambiar la percepción negativa del destino que tiene el cliente francés, quedando muy sorprendido con toda la oferta de la provincia, y en especial de la ciudad de Málaga. El mercado francés es un mercado difícil y complejo, es importante realizar un buen seguimiento de los contactos y seguir realizando acciones de promoción. Sería interesante organizar un fam trip y que los clientes puedan conocer de primera mano la oferta del destino y cambiar la percepción negativa que tienen de la Costa del Sol.
- ⇒ **2 al 4 de octubre – Presentación Segmento Idiomático (Dublín).** Dando cumplimiento a nuestro Plan de Acción 2012, este Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol ha llevado a cabo una presentación y workshop en Dublín dirigido a agencias especializadas y profesores de español de la Universidad y de enseñanza secundaria. La presentación y workshop tuvo lugar en el Instituto Cervantes de Dublín. Han participado 3 escuelas de español en esta acción: Malaca Instituto, Maravillas y Cervantes. El feedback de las escuelas ha sido bueno y el nivel de los clientes contactados y convocados ha sido muy interesante. Es la primera vez que este Patronato organiza unas jornadas propias de estas características. Hemos recibido un gran apoyo de la OET, de Instituto Cervantes y de la Consejería de Educación de la Embajada de España en Dublín. Ha sido un gran trabajo de equipo que ha dado buenos resultados. La convocatoria ha sido buena en cantidad y calidad. Irlanda es un mercado pequeño pero con interés y por explotar. Tiene un 11% de paro y los salarios están muy por encima de la media europea. Han participado 3 escuelas de español en esta acción: Malaca Instituto, Maravillas y Cervantes. El feedback de las escuelas ha sido bueno y el nivel de los clientes contactados y convocados ha sido muy interesante. Es la primera vez que este Patronato organiza unas jornadas propias de estas características. Hemos recibido un gran apoyo de la OET, de Instituto Cervantes y de la Consejería de Educación de la Embajada de España en Dublín. Ha sido un gran trabajo de equipo que ha dado buenos resultados. La



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

convocatoria ha sido buena en cantidad y calidad. Irlanda es un mercado pequeño pero con interés y por explotar. Tiene un 11% de paro y los salarios están muy por encima de la media europea. Previo al workshop se organizó una reunión con la OET, la Embajada, el IC y los empresarios en una oportunidad de brainstorming para trabajar nuestro producto y promocionarlo y comercializarlo en Irlanda. La reunión tuvo una duración de 2 horas y media. Se arrojaron datos de interés y se adoptaron fórmulas de cooperación conjunta.

⇒ **3 de octubre – “Living Costa del Sol” (Estocolmo).** Con el fin de lanzar la marca “Living Costa del Sol” en el mercado sueco, nos trasladamos a Estocolmo a fin de firmar un acuerdo comercial entre la ACP (Asociación de Constructores y Promotores) y The Real Estate Agency (Swedbank), bajo la tutela de la Excm. Diputación de Málaga y del Patronato de Turismo Málaga - Costa del Sol. El acto se celebró en la Embajada de España en Estocolmo con una presentación técnica en la Cancillería con cóctel posterior en la residencia del embajador, Javier Jiménez-Ugarte, contando con su colaboración y presencia a lo largo de todo el proceso de preparación y ejecución del evento. Siguiendo las recomendaciones de los representantes de The Real Estate Agency (Fastighetsbyran), se planificó la presentación de la marca “Living Costa del Sol” en Estocolmo, así como la presencia de la marca “Living Costa del Sol” en varias ferias inmobiliarias suecas. En este acto se presentó el proyecto, en su conjunto, a autoridades, empresarios y líderes de opinión suecos, así como a los medios de comunicación y agentes inmobiliarios, coincidiendo con la firma por parte de ACP del acuerdo comercial con la importante red de agentes inmobiliarios The Real Estate Agency. Esta acción tiene el objetivo de presentar la marca “Living Costa del Sol” a las autoridades de España en Suecia, al sector empresarial, al sector inmobiliario y a los medios especializados de Estocolmo, aportando valor y seriedad al proyecto que ha sido propuesto por la Diputación de Málaga y que surge del estrecho vínculo entre los segmentos Vacacional y Residencial. Ofrecer la óptima imagen del destino Málaga-Costa del Sol como lugar de segunda residencia, utilizando todas las herramientas disponibles: creatividad de la invitación, calidad del lugar de celebración de los distintos actos, convocatoria adecuada de medios y agentes comerciales, montaje de la sala, decoración de la misma, selección de servicio de catering, adecuación del entorno para fotos institucionales, soportes, catálogos, vídeos, etc.

⇒ **3 al 5 de octubre – Press-trip Ladevi Argentina.** Visita de una periodista que trabaja para la publicación de Ediciones Argentina Ladevi y vino a Europa para escribir sobre el destino y sobre la vida y obra de Pablo Picasso con motivo del 75 aniversario de su obra más famosa, el Guernica. Durante su visita en Málaga le gestionamos en colaboración con el área de turismo del Ayuntamiento de Málaga, un programa dedicado a conocer aquellos lugares más vinculados a la figura de Pablo Picasso. En este sentido, se le organizó una visita al Museo Picasso y un tour guiado por la ciudad recorriendo rincones de la ciudad relacionados con el artista como la casa natal, el colegio de la Sagrada Familia donde estudió su hermana, el lugar de tertulias de su padre, la iglesia en la que Picasso fue bautizado, el antiguo conservatorio María Cristina, etc. La periodista ha quedado gratamente sorprendida con la variedad cultural y gastronómica que ofrece la ciudad de Málaga. En su primera visita a Europa y por tanto también a la provincia.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

Málaga ha superado sus expectativas y la ciudad, su ambiente, su cultura y su historia le ha permitido conocer en profundidad a uno de sus referentes artísticos, Pablo Picasso.

- ⇒ **5 al 7 de octubre – Fam-trip ASPM.** El fin de semana del 5 al 7 de octubre de 2012, el Convention Bureau del Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol ha recibido en nuestro destino a un grupo de representantes de ASPM (Asociación Profesional del Secretariado de Madrid), con su presidenta al frente. El grupo estaba formado por 10 de las secretarías de dirección de grandes empresas y corporaciones de Madrid. La ASPM es una organización en el que están encuadradas las secretarías de dirección de las grandes empresas de Madrid, que se encargan en la práctica de organizar las reuniones para los altos directivos de cada una de esas empresas fuera de Madrid que suelen ser de fines de semana y que utilizan hoteles de 5 estrellas y campos de golf. El fam trip es consecuencia de las visitas puerta que el Convention Bureau de la Costa del Sol realizó al segmento corporativo en Madrid en el pasado mes de marzo. Concretamente surgió en la vista a la empresa de proyectos de ingeniería SENER, a través de su secretaria de dirección. Se trata de un colectivo de gran interés por la capacidad organizativa que tienen en sus empresas de organizar eventos de alto poder adquisitivo en nuestro destino. Partíamos con el objetivo previo de reforzar la promoción de nuestro destino en el segmento corporativo nacional, así como mostrar las potencialidades y fortalezas de nuestro destino: planta hotelera de alta calidad, campos de golf, equipamientos culturales de primer nivel, etc. Hay que destacar también la espléndida acogida y amabilidad que se ha dispensado al grupo por los diferentes establecimientos en los que hemos sido agasajadas, lo que indudablemente reforzará la imagen de la oferta de nuestro destino y con ello la potencialidad de ser elegido por este segmento corporativo.
- ⇒ **8 al 11 de octubre – Fam-trip Norte de Europa.** En colaboración con el Ayuntamiento de Fuengirola y la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol, este Patronato colaboró en la cena ofrecida a un grupo formado por los principales touroperadores procedentes del norte de Europa, concretamente de Noruega, Finlandia, Suecia, Dinamarca, Islandia y Estonia. En este caso, fue la primera vez que el municipio de Fuengirola, de la mano del Ayuntamiento, los hoteleros de la ciudad y empresas turísticas contarán con una actividad de este tipo. Esta iniciativa turística parte con el objetivo de atraer negocio y visitantes, y en la que, fundamentalmente se enfoca de cara a fomentar el turismo en invierno y romper con la estacionalidad. Entre los días 8 y 11 de octubre, estos profesionales, tuvieron la oportunidad de conocer los encantos del municipio de Fuengirola, sus hoteles, su excelente oferta gastronómica, la Feria de Fuengirola (con paseo en coche de caballos y espectáculo flamenco), Bioparc, Castillo Sohail, Finca del Secretario, Paseo Marítimo, playas y visita en el tren turístico a la ciudad. El viaje de familiarización ha servido como herramienta para dar a conocer las excelencias del destino a los representantes de los touroperadores con el objetivo de cerrar contratos para el sector en Fuengirola en beneficio de la economía local y el empleo. En cuanto al mercado al que va dirigido este proyecto, los países del norte de Europa, son una fuente muy interesante para el turismo en la Costa del Sol y, más aún para esta ciudad que según dicen, la segunda capital de Finlandia es Fuengirola. Además, es un turismo que principalmente se mueve en invierno y nos ayuda a mantener altas las cuotas de reservas hoteleras durante esa época del año.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **8 al 10 de octubre – Puerta a Puerta MICE (Varsovia).** El objetivo de esta acción ha sido el de establecer nuevos contactos así como fortalecer los ya existentes dando a conocer la oferta y últimas novedades de Málaga y provincia. Llevamos varios años observando un interés creciente del mercado polaco por el destino Costa del Sol, puesto de manifiesto gracias a los clientes polacos contactados en las ferias IMEX Frankfurt y EIBTM Barcelona, los fam trips recibidos, así como el interés manifestado por los socios del Convention Bureau. Se trata del tercer Puerta a Puerta organizado en este país desde 2010, a razón de una promoción por año. Para la organización de la agenda de citas hemos contado con la ayuda de la Oficina Española de Turismo en Varsovia, una OET dinámica y muy activa, que tiene un conocimiento profundo y actual del mercado polaco. Esta acción promocional ha consistido en la visita y presentación del destino a 12 casas de incentivo y agencias organizadoras de eventos. Llevamos varios años considerando interesante que los clientes conozcan tanto el destino en general como algunas muestras del producto existente en Costa del Sol, por lo que como es habitual nos han acompañado dos hoteleros y un DMC que han podido vender de primera mano sus productos y servicios. Atendiendo la invitación de la OET de Varsovia, el 8 de octubre asistimos al evento Columbus Day organizado por SOIT con el apoyo de Turespaña. SOIT es una asociación polaca que engloba a un selecto grupo de 20 casas de incentivo. Este evento tuvo lugar en el Instituto Cervantes de Varsovia, durante el cual se proyectó un vídeo de España y uno de Málaga-Costa del Sol, ambos sobre la oferta del segmento de reuniones e incentivos. Fue un acto de networking interesante por los contactos comerciales establecidos. Más información sobre los miembros de SOIT en www.soit.net.pl. El miércoles 10 de octubre se mantuvo también una reunión con el Redactor de la sección de Turismo de *Rzeczpospolita* en la sede de la Oficina Española de Turismo. Se trata de la 2ª publicación más importante de Polonia.
- ⇒ **8 al 12 de octubre – IMEX (La Vegas).** IMEX es una de las ferias más profesionales del sector de eventos y reuniones destinadas al mercado americano y canadiense a la que acudimos con el objetivo de crear oportunidades de negocio, y seguir comercializando a Málaga - Costa del Sol después de más de 15 años como destino corporativo. El Convention Bureau ha participado con un mostrador propio dentro del stand de Turespaña, el cual estaba perfectamente localizado junto a la entrada principal del recinto ferial. En esta edición hay una novedad, no sólo las citas concertadas en el stand de España con agencias emisoras de este gigante mercado y de Canadá, sino también las presentaciones de grupos de compradores que Turespaña ha incluido en el calendario de actividades programadas durante los tres días de feria. El Convention Bureau tuvo la oportunidad de realizar dos presentaciones a dos grupos de 12 compradores cada uno, todos interesados en el destino España. Se han realizado presentaciones del destino muy detalladas e informativas de nuestra provincia, unas presentaciones completas que dejan de manifiesto todas nuestras virtudes como destino MICE, de lujo y de golf. Tenemos todo lo que el cliente americano busca: un aeropuerto internacional de primer orden, un AVE que nos comunica con Madrid para aquellos grupos que quieren combinar dos ciudades, una planta hotelera de hoteles de 5 estrellas inmejorable, ciudades que son cita obligada como Marbella, donde la mayoría opta por alojarse, Málaga Ciudad como destino complementario para visitar nuestros museos, hacer compras y disfrutar de la nueva imagen de la ciudad, Ronda y sus viñedos, etc. Sin lugar a dudas, IMEX Las Vegas es una feria que debemos mantener en nuestro calendario de promoción.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **10 al 14 de octubre – 4 Days Walking (Marbella).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha participado en la segunda edición del Marbella 4 Days Walking. Un evento internacional de senderismo cuya participación este año ha sido de más de 1.600 participantes (inscritos), triplicando el número de inscripciones respecto a la anterior edición, ya que el año pasado se inscribieron 580 personas. Con un horario que abarcaba desde las 8:30 hasta las 17:30 h. durante los 4 días se han realizado diferentes rutas de 20 y 30 kms. Estas rutas estaban marcadas por la ciudad, la playa y el entorno natural de Marbella. La edad de los participantes estaba comprendida entre 40 y 70 años, holandeses, estadounidenses, irlandeses, rusos, colombianos y españoles; aunque el 85% eran holandeses. El origen de este evento está en Holanda, desde hace más de 90 años se viene realizando, llegando a alcanzar hasta 45.000 participantes. Hemos compartido una carpa de 36 m². Junto al área de Turismo del Ayuntamiento de Marbella y Medio Ambiente. Consideramos que se han alcanzado claramente los objetivos de promoción de nuestro destino, concretamente del segmento de que se trataba, ante un público culto y exigente en detalles concretos sobre nuestra provincia y su oferta. Se ha visto un alto interés por conocernos tanto del público específico del evento concreto, como de otros públicos que atraídos por la actividad entorno al mismo, con música en directo de una estupenda banda y una gran barra con bebidas y comidas, se han implicado en los actos organizados y han solicitado información, que ha sido atendida oportunamente.
- ⇒ **18 al 23 de octubre – Press-trip Thomas Gustafsson.** En el mes de octubre hemos recibido en Málaga – Costa del Sol al periodista sueco Thomas Gustafsson, contando con la colaboración de la Oficina Española de Turismo en Estocolmo. Este periodista contactó directamente con nuestra institución para solicitar nuestra colaboración para el desarrollo de su viaje. El motivo del viaje ha sido actualizar información para escribir un artículo sobre La Costa del Sol que sirva a su vez, como una guía del destino para el portal www.Spanienportalen.se, para la actualización de un libro sobre gastronomía española titulado “Spanien-Iberico skinkan och de sju spanska köken” (España, jamón ibérico y los 7 cocineros) perteneciente a la editorial Carlsson, y también renovar su documentación para la publicación de artículos de viajes en diferentes revistas de viajes como Sydsvenskan Aftonbladet. Nuestro objetivo al organizar esta visita no ha sido otro que difundir y dar visibilidad a la marca Costa del Sol a la vez que fomenta la gastronomía local y moderna, potencia la calidad de la oferta gastronómica y la gastronomía como valor turístico y mejora la reputación turística-gastronómica de la Costa del Sol en otros mercados, especialmente en el escandinavo.
- ⇒ **19 al 21 de octubre – Final Costa del Sol Masters Cataluña (Málaga-Costa del Sol).** El fin de semana del 19 al 21 de octubre tuvo lugar en Málaga-Costa del Sol la final de este torneo en el que, paralelamente a la competición oficial de clubes, se desarrolló un torneo para invitados en el que participaron empresas, socios del Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol y colaboradores que durante todo el año han apoyado este circuito, así como prensa especializada en este segmento tanto de Cataluña como de la Costa del Sol y aficionados a este deporte. El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ejerció de anfitrión de esta competición a la que asistieron los finalistas de cada uno de los tres campos y los directores-gerentes de los mismos, un representante de la Real Federación Andaluza de Golf, el presidente del Comité Comercial de Campos de Golf, directivos de Gambito Golf, medios de comunicación escrito, televisión y radio,



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

destacando entre otros: Radio Marca, El Periodigolf, Mundo Deportivo, GolfHoyoaHoyo y un largo etc. Especialmente reseñable por parte de los participantes ha sido el magnífico tiempo del que disfrutaron durante toda la jornada y las actividades que se organizaron de forma paralela al torneo. En el hoyo diez se instaló una carpa con un jamonero y venenciador, de manera que los participantes degustaron un exquisito jamón así como nuestro conocido vino dulce Málaga Virgen. El Patronato de Turismo organizó un completo programa durante el fin de semana para la delegación catalana, compuesta por un total de más de 60 personas entre clasificados, acompañantes, invitados y prensa. Este circuito, que ha celebrado su primera edición, nació con la intención de atraer a los golfistas catalanes hacia la Costa del Sol como Costa del Golf, dándoles a conocer las enormes posibilidades que se abren para la práctica del golf en nuestro destino, con más de 73 campos de golf, infraestructuras hoteleras, spas, ocio y como olvidar su gastronomía, tan atrayente para todos los que nos visitan.

- ⇒ **19 al 21 de octubre – Fam-trip Trasneurope Francia.** De la mano de la Oficina Española de Turismo en París la visita del touroperador belga Transeurope. Este grupo ha estado compuesto por un total de 10 participantes, entre los que se encontraban tanto responsables comerciales del touroperador como agentes de viaje destacados procedentes de diferentes regiones del país, representación de agencias como Thomas Cook o Carrefour Voyages. El principal objetivo de su visita ha sido la realización de un programa de visitas de inspección a lo largo de la provincia de Málaga, permitiendo así conocer y contactar con responsables de comercialización de productos de lujo, ciudad e interior, los cuales se comercializarán tanto en su catálogo online y folleto city-break como en su marca dirigida al cliente de alto poder adquisitivo Go Chic. Con ello, se ha trabajado sobre el posicionamiento de la provincia de Málaga en el mercado francés, además de facilitar la comercialización y puesta en valor de productos diferenciados y de calidad (cultural y city-break, gastronómico, sol y playa, lujo e interior). La calidad de los participantes ha sido muy buena, contanto con el director comercial de Transeurope en el mercado francés, además de agentes de viaje en representación de agencias con volumen de negocio verdaderamente relevantes, como Thomas Cook y Carrefour Voyages, además de la mano de la OET de París.
- ⇒ **21 al 23 de octubre – Fam-trip The Unique Traveller.** Ramón Ramírez, gerente del operador londinense The Unique Traveller, solicitó visitar Ronda y comarca para lanzar en su página web nuevos productos relacionados y especializados en walking tours, senderismo, naturaleza, etc. para clientes con poder adquisitivo medio alto de Reino Unido, EE. UU. y Canadá. La idea es ubicar itinerarios compaginados en walking tours con actividades experienciales del tipo almazaras, bodegas, tapas tours, fabricas de queso, huertos, fincas de cría de animales, etc., para vender el producto a operadores y agencias de viajes. La iniciativa surge a raíz de la petición recibida por este operador desde la agencia Whole Journeys, agencia de viajes perteneciente al grupo Whole Foods, similar a nuestro Corte Inglés, ubicado en Reino Unido, EE. UU. y Canadá. Hemos visitado y adaptado varias rutas por toda la Serranía de Ronda, con el objetivo de diseñar a medida del perfil de cliente, las rutas que este operador ofrecerá a sus clientes. Estas son: Ruta Sierra de las Nieves, Ruta Valle del Genal, Ruta Periferia de Ronda y Reservatauro y Ruta de Grazalema y Riscos.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

- ⇒ **22 al 25 de octubre – Misiones Comerciales Andalucía en el Norte de España (Bilbao, San Sebastián, Santander y Oviedo).** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha participado en las Jornadas arriba indicadas, organizadas por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y Deporte de Andalucía. Esta acción, con formato de workshops de dos horas de duración, seguido por una presentación del destino Andalucía, cóctel en Bilbao y cena en el resto de las ciudades. Las ciudades visitadas fueron: Bilbao, San Sebastián, Santander y Oviedo. Nuestros principales objetivos al acudir a esta acción fueron, entre otros, el de Asegurar la mejor presencia del Patronato de Turismo en la Misión Comercial, tanto a nivel de la publicación previa de su asistencia, así como de su presencia física en las jornadas de trabajo, con material adecuado y soporte técnico en el caso que corresponda. Ser proactivo en el momento de conseguir las citas más interesantes, teniendo en cuenta los objetivos del Plan de Marketing de conseguir un mayor grado de desestacionalización y dispersión geográfica en la provincia. Establecer nuevos contactos e investigar las oportunidades que existen para la promoción y comercialización del destino por segmento y producto, incluyendo un seguimiento posterior del evento vía e-mail. Aprovechar la ocasión para investigar y valorar el comportamiento de este mercado con respecto a la reserva de paquetes y alojamiento en Málaga-Costa del Sol, cara a la temporada invierno/verano, así como valorar nuestro entorno competitivo. La asistencia de agentes fue aceptable. Hay que resaltar la calidad, respecto a nuestro destino, de los mismos, en todas las ciudades, que fue muy buena ya que se acercaron aquellos que tenían interés y negocio real en las distintas zonas de Málaga. 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 meteorológico. Es importante destacar también que aquellos agentes que antes no habían trabajado con nuestro destino, manifestaron su intención e interés de hacerlo a partir de ahora.
- ⇒ **23 al 25 de octubre 2012 – Puerta a Puerta Multiproducto Alemania (Munich y Frankfurt).** Entre los días 23 y 25 de octubre de 2012 el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ha realizado una acción de venta cruzada puerta a puerta en Alemania, concretamente en las ciudades de Munich y Frankfurt. Se trata de la primera promoción puerta a puerta multiproducto que se lleva a cabo en ese país. Se han elegido ambas ciudades, ya que Munich cuenta con una población con un alto poder adquisitivo, mientras que en Frankfurt se ubica la industria turística. El objetivo ha sido cambiar la percepción de la marca enfocando esta acción comercial con una orientación cultural, verde, enogastronómica y una importante oferta de compras. Se pretende ir introduciendo otros valores relacionados con la marca diferente al vacacional y golf, romper la estacionalidad y buscar clientes con mayor capacidad de gasto. Málaga y la Costa del Sol tienen un extraordinario producto de citybreak/shortbreak con excelentes conexiones con Alemania y múltiples combinaciones vinculadas con la enogastronomía, visitas a museos, estilo de vida, compras, etc. Según un estudio reciente, de los turistas que nos visitan por motivaciones culturales, Alemania representa el 18%. Tratándose de un mercado en crecimiento para el destino Costa del Sol nuestro objetivo es mejorar nuestro posicionamiento, así como cambiar la imagen del destino, por lo que es importante realizar una intensa labor de formación y educación de los profesionales del sector, agencias de viajes y touroperadores. Hemos considerado interesante que los clientes conozcan tanto el destino en general como algunas muestras del producto urbano,



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

interior y de citybreak existente en Costa del Sol, por lo que nos han acompañado tres hoteleros que han podido vender de primera mano sus productos y servicios. Durante estos tres días nos han acompañado los hoteles Gallery Molina Lario, Gran Meliá Don Pepe y Grupo Antequera Golf. 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 y tiene muy buenos contactos.

- ⇒ **23 al 26 de octubre – International Cruise Summit (Madrid).** El Internacional Cruise Summit de Madrid se ha celebrado entre los días 25 y 26 de Octubre en el Hotel Holiday Inn con una participación de 300 empresas relacionadas con la industria de cruceros. El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol asistió junto con otras entidades y administraciones como el Málagaport, Estación Marítima y el Ayuntamiento de Málaga. Este evento pretende fortalecer el potencial que España tiene como destino de cruceros a nivel mundial, ocupando el 4 puesto como emisor de cruceristas. La Cruise Summit ha contado con un interesante programa de ponencias/debates en torno a las tendencias del sector. Se resalta la coincidencia de los participantes en reforzar la apuesta por la calidad del producto antes que por el precio, evitándose, de este modo, la peligrosa espiral en la que se viene introduciendo la industria durante los últimos años. Así, los agentes del sector deben apostar por potenciar el valor del producto, atendiendo a las necesidades de los clientes y centrando las iniciativas de promoción del pasajero en la educación y conocimiento de los cruceros. En este contexto, los expertos señalaron, también, la necesidad de que los destinos sean creativos, al tiempo que abogaron por el hecho de que los organismos gubernamentales adquieran los conocimientos oportunos sobre el producto con el fin de apoyar las iniciativas de los de Unos destinos que, como se apuntó durante el transcurso de las jornadas, deben ser potenciados desde múltiples puntos de vista. Así, las regiones de cruceros con más éxito son aquellas en las que puerto y destino trabajan juntos. Bajo este prisma, se recordó la necesidad que tiene España de crear una plataforma que aglutine ambos campos y les permita avanzar unidos, discutiendo estrategias y acordando objetivos comunes.
- ⇒ **26 al 28 de octubre – Final VI Costa del Sol Masters Madrid.** Evento promovido y organizado por el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, que se disputó el fin de semana del 26 al 28 de octubre en el campo de golf Almenara, en sus recorridos Alcornos y Lagos, encargados de acoger la Gran Final de este circuito, cuya entrega de trofeos tuvo lugar en el Hotel NH Almenara de Sotogrande. Un total de nueve equipos disputaron a lo largo de toda la jornada esta final y paralelamente a la competición oficial de clubes, se desarrolló un torneo para invitados y prensa, entre los que se encontraban 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. 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 colofón a esta final, tuvo lugar en la noche del sábado la cena y entrega de premios en el NH Almenara y que contó con la presencia de más de 200 invitados. El Director-Gerente del Patronato de Turismo, Arturo Bernal, tuvo unas palabras de bienvenida y agradecimiento



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

www.visitacostadelsol.com

a todos los presentes, patrocinadores, medios de comunicación y socios del Patronato de Turismo, que han apoyado esta acción de manera continuada desde su inicio en el 2007. Este circuito, que ha celebrado ya su sexta edición, nació con la intención de atraer a los golfistas madrileños hacia la Costa del Sol como Costa del Golf, dándoles a conocer las enormes posibilidades que se abren para la práctica del golf en nuestro destino, acrecentadas a raíz de la puesta en marcha del corredor Madrid Málaga, atendido por trenes AVE, que ha puesto la capital a poco más de dos horas. Además, los datos relativos al mercado madrileño ponen de manifiesto un exceso de demanda muy alto en relación a la oferta de campos existentes pues la comparativa entre ambas nos da un ratio de 2.790 jugadores por campo.

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 pudiere recibir.