



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

**RESUMEN DE ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS
TURISMO Y PLANIFICACIÓN COSTA DEL SOL
ENERO – FEBRERO 2016**

VACACIONAL, OCIO & GOLF

20 al 24 de enero – FITUR (Madrid). Fitur es la feria de mayor peso a nivel nacional y una de las más importantes a nivel internacional. Representa un punto de encuentro de los profesionales del turismo para definir las líneas de trabajo, estrategias y alianzas empresariales con el fin de dinamizar y reforzar su actividad turística, innovando para atender las cambiantes demandas del mercado. Turismo Costa del Sol, un año más, estuvo presente con un stand de 350 m² dentro del área expositiva que Andalucía tiene en el pabellón 5 de IFEMA. En esta edición al igual que el año pasado, con el objeto de visualizar toda la oferta que se puede encontrar en nuestra provincia y adecuarnos a la demanda actual, la propuesta de Turismo Costa del Sol fue presentar el destino como una oferta integral e integrada de segmentos que componen la marca Costa del Sol. El segundo y tercer día de la feria se celebró el encuentro profesional Fitur b2b hosted buyers workshop con unos cien compradores profesionales y los expositores tenían acceso gratuito (previa inscripción con los bonos facilitados) a tener citas. Turismo Costa del Sol celebró un año más su evento de presentación durante Fitur que tuvo lugar el día 20 de enero a las 20.00 h en el Palacio Neptuno bajo el nombre “La Noche de las Estrellas”. En esta ocasión, tras haber obtenido 3 estrellas Michelin más en el destino, el evento giró en torno a la gastronomía. Contamos con la presencia de 9 de los mejores chefs de Málaga-Costa del Sol, entre ellos 5 estrellas Michelin, que elaboraron 9 creaciones con productos locales de las distintas comarcas que conforman la provincia de Málaga. Los cocineros contaron con la ayuda de alumnos de La Cónsula para preparar los platos. Los invitados también pudieron degustar productos y vinos locales. El acto, presentado por Eva Encina, comenzó con las intervenciones del Presidente de Diputación de Málaga, Elías Bendodo; el Alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, y la Secretaria de Estado, Isabel Borrego. A continuación, la presentadora fue llamando al escenario a cada chef que presentó su plato a los invitados. Una vez finalizada la presentación todos los asistentes pudieron disfrutar de las creaciones gastronómicas. El evento fue amenizado por el grupo de Ronda “La Cachaba”.

5 de febrero – Presentación Alumnos IES Cánovas del Castillo. Turismo Costa del Sol realizó dos presentaciones a un grupo de alumnos del IES Cánovas del Castillo en Málaga. El alumnado cursa el ciclo formativo de grado superior de dos especialidades: Gestión de Alojamientos Turísticos y Guía e Información y Asistencia Turísticas. La primera presentación se basó en las acciones de promoción turística del destino que realiza Turismo Costa del Sol y la segunda sobre las acciones de promoción económica y de apoyo al desarrollo económico. Un total de 70 alumnos asistieron a la presentación donde se les informó sobre las acciones promocionales que se desarrollan durante todo el año en Turismo Costa del Sol, así como una presentación de las acciones que desde esta casa se llevan a cabo en materia de promoción económica y apoyo al desarrollo económico. Los alumnos participaron con preguntas y dudas y agradecieron toda la información que recibieron, la cual la consideraron muy útil para su futuro profesional.

25 al 27 de febrero – Congreso Travel Counsellors Irlanda (Country Wicklow). La red internacional de Travel Counsellors (asesores de viajes) cuenta con más de 1.400 agentes en 7

países con una facturación anual de 445 millones de libras esterlinas. Los agentes son expertos con larga experiencia en la industria turística que han tomado la decisión de trabajar de manera autónoma, con apoyo de un consorcio, ofreciendo un servicio personalizado a su portfolio de clientes con servicios que van desde la venta de paquetes a la creación de vacaciones totalmente únicas. Turismo Costa del Sol participó en la conferencia anual de Travel Counsellors de Irlanda que es una división de negocio de la red de Travel Counsellors y cuenta con un equipo de 60 profesionales del sector turístico, apoyado por una red de 1.400 asesores de viajes y 150 de apoyo de marketing y administrativo en 7 países. Según la sede central de Travel Counsellors, los TCs irlandeses son de los mejores que tienen en el mundo y que suelen ocupar el primer ranking de ventas, reservando un alto porcentaje de su producto a través del sistema Phenix (aprox. 60%) Son muy proactivos en la creación de una relación estrecha con la oferta, tanto a nivel de producto como de destino y ponen gran valor en la relación personal y por ello recomiendan nuestra presencia. La Costa del Sol apuesta por el perfil del Travel Counsellor (asesor de viajes) para potenciar el destino en segmentos clave y en los meses de menor demanda turística. Con este fin, ha participado en este congreso e iniciado una acción de formación, contenidos y co-marketing junto a estos agentes, encargados de canalizar visitantes a través de una amplia cartera de clientes a los que ofrecen paquetes de viajes y paquetes vacacionales únicos a través del contacto directo, redes sociales, newsletters, reportajes y programas de televisión. Uno de los principales objetivos de la acción ha sido el de potenciar el destino en el segmento vacacional y de ocio, incluyendo aquí el turismo enfocado a la salud y el bienestar, el lujo, el golf y la cultura.

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

11 al 15 de enero – Jornadas Profesionales Costa del Sol en Marruecos (Rabat, Casablanca y Tánger). En esta ocasión participaron un total de 15 empresas de la provincia, hoteles y agencias receptoras y cabe destacar en esta edición la participación de Hospitales Quirón y C.C. El Corte Inglés, lo que refuerza la oferta del destino en lo que a otros segmentos y motivaciones se refiere. El formato de esta acción consiste en un workshop seguido de un cóctel cena en cada una de las ciudades. Este año hemos incluido como novedad un taller gastronómico dirigido por Julián Sanjuán del Patio de Beatas. En este taller los agentes marroquíes han podido cocinar recetas malagueñas tradicionales como la porra o el ajoblanco con la ayuda de los empresarios de la Costa del Sol así como degustar distintos aceites de oliva de la provincia. La actividad ha sido muy bien recibida y ha favorecido el networking. Durante las jornadas se entregó a los participantes el catálogo de empresas y material promocional e informativo de la Costa del Sol y de Andalucía. Estas jornadas han tenido mucho éxito en ediciones anteriores y siguen en la línea del posicionamiento de la marca Costa del Sol consolidada en un mercado en auge y con mayor poder de gasto. En cuanto al negocio con la Costa del Sol, el mayor volumen proviene de pequeñas agencias con volumen de negocio para nuestro destino y visitantes con un nivel más alto en cuanto a la categoría de los hoteles. La marca Andalucía está muy vinculada a la cultura y en este sentido las motivaciones de estos visitantes son sobre todo cultura, gastronomía, compras, turismo de familia, eventos deportivos (principalmente fútbol), golf (torneos de golf), viajes de novios.

15 al 17 de enero – Alphe Conference Spain (Málaga). Celebrada por segundo año consecutivo

en la ciudad de Málaga, Alphe Spain Conference cuenta con repercusión internacional organizada por Hothouse Media LTD, en la que se dieron cita más de 200 agentes y 185 educadores en las instalaciones del Hotel NH Málaga, donde se desarrollaron ambas jornadas de workshop durante el sábado 16 y domingo 17 (en horario de 09:00 a 18:30 y de 09:00 a 13:00 respectivamente). La tarde del viernes 15 consistió en horario de montaje, jornada de registro para los asistentes y cóctel de recepción en las mismas instalaciones. Además de las sesiones de workshop, la cena de gala del evento se celebró la noche del sábado 16 en las instalaciones del Museo Automovilístico, para los 400 participantes siendo patrocinada por las instituciones implicadas en la conferencia como sponsors, Turismo Andaluz, Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y Turismo y Planificación Costa del Sol. Por último, se celebró una fiesta de clausura en la Escuela Malaca Instituto en la tarde del domingo. Previamente a los días de Conferencia, ACEM (Asociación de Centros de Español de Málaga), acogió un grupo de unos 19 agentes internacionales de diversas nacionalidades con el fin de mostrarles las instalaciones destinadas a turismo idiomático en el destino Málaga. Turismo y Planificación conto durante las sesiones del workshop con una mesa compartida junto con el Ayuntamiento de Málaga, atendiendo un total de 20 citas internacionales.

20 de enero – Presentación Estudiantes Colegio Maravillas. Presentación sobre el destino y nuestra entidad realizada a diez estudiantes alemanes que estudian español con una beca del programa Leonardo en el Colegio Maravillas. El grupo de estudiantes vino acompañado de una profesora. Todos los años el Colegio Maravillas de Benalmádena recibe en el mes de enero a un grupo de estudiantes alemanes de formación profesional relacionada con el turismo, que están realizando prácticas en agencias de viaje en Alemania y vienen 3 semanas a completar su formación. Durante su estancia en la provincia de Málaga realizan diversas visitas a establecimientos turísticos y siempre tienen interés en visitar nuestra entidad para conocer las instalaciones, quiénes somos, a qué nos dedicamos, nuestro funcionamiento, así como recibir una presentación técnica y formativa del destino. Se les realizó una presentación en español y alemán acerca de nuestro organismo, su historia, a qué nos dedicamos, mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia, su oferta turística, finalizando con la proyección de un vídeo del destino. Estos estudiantes realizan sus prácticas en agencias de viaje en Alemania y cuanto mayor información y formación reciban sobre Málaga-Costa del Sol, más y mejor podrán promocionar el destino.

27 al 30 de enero – Fam Trip Epicurean Ways EE. UU. Dentro del Plan de Acción Élite 2016, entre los días 27 y 31 de enero hemos acogido en nuestro destino a Jane Gregg, propietaria de la agencia Epicurean Ways. Esta agencia opera con público segmento lujo de EE. UU., ofreciendo itinerarios especializados en gastronomía por España y Portugal. Esta agencia cuenta con oficinas en EE. UU. y Tarragona. Particularmente esta agencia, la cual oferta 15 distintos programas por España y Portugal, comercializa un programa exclusivo en la provincia de Málaga, compuesto por 7 días y 6 noches. Esta acción ha sido resultado de la petición de colaboración por parte de Turismo Andaluz debido a asistencia de Jane a FITUR y su interés mostrado en visitar el destino. El programa ha estado compuesto por un total de 4 días y 4 noches incluyendo: alojamiento en Málaga y Marbella, tour gastronómico guiado en Málaga ofrecido por SpainFood Sherpas, tour museístico guiado de Málaga, visita guiada centro histórico Marbella, almuerzo restaurante BIBO, visita inspección hotel Claude Marbella y visita inspección Hotel Vincci Posada del Patio, Málaga.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

9 al 10 de febrero – IMTM (Tel Aviv). IMTM es una feria de carácter profesional de turismo que reúne a los principales operadores y agencias de viaje, así como prensa especializada en el sector. En esta 22 edición, Turismo y Planificación ha estado presente por primera vez debido al crecimiento y expectativas de negocio creadas en el mercado israelí hacia el destino España, por tanto primera toma de contacto para explorar nuevas oportunidades de negocio. Turismo y Planificación Costa del Sol participó de la mano de Turespaña, teniendo mostrador en el stand nacional. Otros destinos presentes fueron Andalucía, Granada, Tenerife, Huesca y Aragón, y Red de Juderías, así como la empresa Port Aventuras. La presencia de Costa del Sol se ha centrado en la asistencia a dos eventos organizados paralelamente a la feria por parte de la Oficina Española de Turismo de Roma. El primero un almuerzo en formato show cooking ofrecido a unos 10 distintos medios de comunicación locales durante el mediodía del lunes 8 en la Academia Culinaria Bulthaup Culinary de la capital israelí. El segundo acto, desarrollado en la tarde noche del martes 9, consistió en un cóctel de recepción seguido de presentaciones de cada uno de los destinos participantes seguido por una actuación de flamenco. La introducción a dicho acto fue llevada por el Director de la OET, Carlos Hernández, seguido por el Embajador de España en Israel. Al evento asistieron más de 100 agentes de viaje basados en Tel Aviv. Feria de modesto tamaño perteneciente a un mercado que está en pleno crecimiento hacia el destino España, cuyas principales motivaciones son la cultura, la gastronomía, los paisajes y las celebraciones familiares y religiosas.

CONVENTION BUREAU & ÉLITE

13 de enero – Presentación Estudiantes IES La Rosaleda. Por tercer año consecutivo el Instituto La Rosaleda nos solicitó una charla informativa sobre el trabajo que tanto Turismo Costa del Sol como su Convention Bureau realizan para la promoción de nuestro destino turístico. Los alumnos a quienes va dirigida la presentación son estudiantes del módulo de Agencias de Viaje y Gestión de Eventos. Se les realizó una presentación acerca de nuestra entidad, su historia, a qué nos dedicamos, nuestra estructura, estrategia de segmentación, mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia, su oferta turística así como la proyección de un vídeo del destino. Participaron 35 estudiantes, quienes han mostrado gran interés y entusiasmo por la presentación realizada de una hora de duración.

30 enero – Fam Trip Top Producers HB Southern Europe Event (Pacific World). Fam trip de expertos consultores de hoteles de la empresa americana HelmsBriscoe. Desde Pacific World (Destinations Tui) nos solicitaron colaboración con este fam trip que consiste en una reunión anual de los “Top Producers de Europa”. HelmsBriscoe es la empresa de búsqueda de habitaciones de hotel más grande del mundo. Reserva más de 3.2 millones de noches/habitación al año. Cuanta con bases de datos propias, como son HBExpress y HBInsite, que agilizan la búsqueda. Fundada en 1992, ya en el 2014 gestionaban la contratación de más de 5.3 millones de pernoctaciones en 100 países con 1.200 ejecutivos de cuenta en más de 55 países, los cuales están especializados en seleccionar los hoteles y recintos para cualquier conferencia o evento. En estas ocasión, visitaron nuestro destino, un total de 18 ejecutivos de cuenta de Helms Briscoe, los cuales son los número uno de ventas en Europa, con un mínimo de facturación de 1 millón de euros. Los países de procedencia eran España, Francia, Bélgica,

Suiza e Italia. Resultó ser un grupo muy bueno y con gran interés en explotar nuestro destino a nivel de congresos e incentivos. Teniendo en cuenta la experiencia en el sector de cada uno de ellos y del nivel de facturación que manejan, mínimo 1 millón de euros al año, ha sido realmente productivo al resolver todas las dudas y preguntas que tenían sobre la Costa del Sol, haciendo mayor hincapié en planta hotelera, novedades, capacidades, etc. A pesar de que este viaje se trataba de una especie de “incentivo” para los mejores vendedores del año, y el hecho de que la mayoría venían con acompañante, confundía el concepto de lo que es un fam trip en sí, pero realmente enfocaron su estancia en aprender lo máximo sobre la Costa del Sol y sobre el gran potencial que tiene para el segmento MICE. Quedaron muy agradecidos por la presentación tan extensa y por la atención prestada en todo momento.

8 al 11 de febrero – Puerta a Puerta Barcelona. Esta acción promocional ha consistido en la visita y presentación del destino a 15 DMCs y agencias de marketing y comunicación que organizan todo tipo de eventos corporativos. Las visitas han tenido el formato de cursos de formación a empleados y directivos con poder para la toma de decisiones. Se trata de un formato muy efectivo, ya que las presentaciones sirven de recordatorio a los empleados que ya conocen la Costa del Sol, a la vez que se contacta y forma a personal de nueva incorporación. La agenda de citas ha sido organizada por Turismo Costa del Sol. Disponemos de muy buenos contactos a nivel nacional tras tantos años de visitas comerciales a Barcelona y gracias al gran número de peticiones que recibimos anualmente pidiendo ideas, sugerencias de espacios para eventos, actividades, excursiones, etc. Nuestro objetivo es seguir posicionando la marca Málaga-Costa del Sol en el mercado nacional, presentar las novedades del destino a nuevos contactos, así como fortalecer las relaciones con antiguos clientes. Es primordial continuar impulsando a través de una promoción muy intensa y tremendamente personalizada la imagen del destino y sus posibilidades, no sólo en los principales DMCs y agencias de Barcelona sino ir llegando paulatinamente a nuevas agencias que se van creando para que se mantengan los flujos y se incrementen el número de turistas de reuniones hacia Málaga-Costa del Sol. 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. Los sectores que generan más negocio siguen siendo el sector financiero, banca, seguros, automoción, tecnológico, alimentario, cosmético y farmacéutico. Los destinos españoles más solicitados siguen siendo Barcelona, Madrid, Mallorca, Andalucía y Costa del Sol.

8 al 11 de febrero – Puerta a Puerta Madrid. Dado el éxito de la promoción en los últimos dos años, volvimos a organizar un puerta a puerta en Madrid para el segmento MICE. Es una acción muy solicitada por nuestros socios y que genera un retorno inmediato. Desde la celebración de los puerta a puerta nacionales de los últimos dos años se ha notado un aumento importante en el número de peticiones. Esta acción promocional consistió en la visita y presentación del destino Málaga-Costa del Sol a unas 12 agencias y empresas de Madrid. Entre nuestros objetivos prioritarios se encuentra el dar a conocer nuestro destino en el mercado nacional tanto a agencias como a empresas. Y al igual que en otras ocasiones hemos considerado interesante que los clientes conozcan tanto el destino en general como algunas muestras del producto existente en la Costa del Sol. Cerramos citas con agencias y empresas apoyándonos en la base de datos de contactos que hemos adquirido y contando con la ayuda de la asociación de secretarías de Madrid con las que llevamos trabajando desde hace unos años tanto para puerta a puerta como para fam trip especializados.

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

26 al 28 de febrero – Navartur (Pamplona). Undécima edición de la Feria Internacional de Turismo Reino de Navarra que tuvo lugar en el Palacio de Congresos Baluarte de Pamplona. Se ofreció a los visitantes una panorámica de las fortalezas del destino Costa del Sol-Málaga, resaltando, al igual que en la pasada edición, las últimas novedades del turismo en aspectos tales como la cultura, la gastronomía, el enoturismo, el turismo sostenible, turismo de aventura, el deporte, la salud, etc. Navartur está cada vez más consolidada como la feria de referencia para el sector en el Norte de España. Paralelamente a la feria se celebró el 7º Congreso Internacional de Turismo Rural, (organizado por Gobierno de Navarra, Federación Navarra de Turismo Rural y Ferias de Navarra), aumentando en esta edición el número de expertos y profesionales del sector, con ponentes procedentes de España, Grecia, Francia, Alemania, Austria, Holanda y Gran Bretaña, y delegados procedentes de todas las Comunidades Autónomas interesados en conocer y debatir sobre el futuro del turismo rural. Navartur ha cerrado su 11ª edición con éxito de público. Aumentando un 2% de visitantes con respecto a la edición 2015. Un total de 31.610 visitantes han pasado por la feria durante el fin de semana. La Feria contó con 148 expositores, la mayoría nacionales, representando a 350 empresas, según la organización y una participación de público general muy importante. El turismo de proximidad y personalizado está cada vez más de moda. El rango de edad entre los visitantes ha sido entre 18 y 65 años. Nos llamó mucho la atención que niños de 10, 11 y 12 años nos solicitaran información sobre Picasso. Podemos considerar importante participar y realizar esta tarea promocional en una región, Navarra, de las de mayor poder adquisitivo de España y, en consecuencia, clientes potenciales de nuestra oferta.