



Los ganadores de los premios de Turismo de Reuniones 2006 / Winners of the Meeting Awards 2006

Costa del Sol

II Premios Internacionales "Turismo de Reuniones" 2nd International Meetings Awards

Por/By: ST&BM
Fotos/Photos: Costa del Sol C.B.

El Convention Bureau de la Costa del Sol organizó a finales de junio la II Gala Internacional de los Premios de Turismo de Reuniones (la primera fue en 2004), cuyo objetivo es reconocer la colaboración de agencias especializadas, empresas, organizadores de congresos y medios de comunicación, por haber elegido la Costa del Sol como destino de sus eventos o contribuir a promocionar su imagen. Algunos de los premiados son fieles clientes del destino



Costa del Sol Convention Bureau organized the II International Gala of the Meeting Tourism Awards at the end of June (the first was held in 2004), which aim to recognise the collaboration of specialized agencies, companies, congress organizers and the media for having chosen the Costa del Sol as the destination for their events or helping to promote its image. Some of the award winners are the destination's most loyal clients.

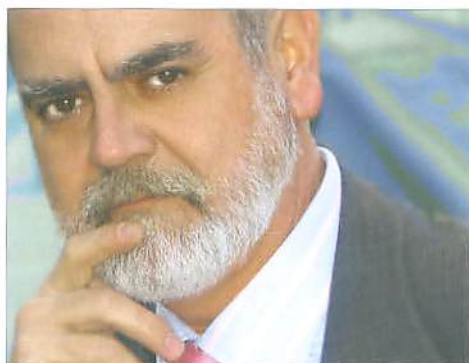
Premios y premiados Awards and award winners

Inmersos como estamos en la vorágine de la competencia por conseguir negocio –la oferta crece con más voracidad que la demanda– lo normal es que en este mercado de reuniones los destinos y los proveedores requieran a diario –con más o menos tenacidad e ingenio– la atención de los compradores e intermediarios para intentar venderles algo como sea. Así que es

reconfortante una iniciativa como la de Costa del Sol Convention Bureau con sus Premios al Turismo de Reuniones, para agradecer a la clientela –alguna fiel– su demostrado interés por el destino. Es otra forma de hacer marketing.

En esto de los premios quizá no siempre se acierte pero otras muchas veces sí: el Palacio de Congresos de La Coruña, Palexco, ha visto reconocidos sus méritos durante la última conferencia de la AIPC de Montpellier. Decir Palexco es decir Enrique Pena, su director, que lleva muchos años demostrando lo que vale y que se hizo famoso por ser el primer gerente de un centro de congresos que conseguía en España que el negocio fuera rentable (de explotación privada, claro). Los neófitos acudían en peregrinación a La Coruña para que Enrique Pena les contara como lo hacía. Y lo contaba gratis ¡Enhorabuena!

Los premios abundan cada vez más y son seguramente un estímulo. Los EIBTM Awards, por ejemplo, desde que la feria se celebra en Barcelona, han empezado a recaer también en los organizadores de eventos españoles, que antes no concursaban y ahora ya se van animando (los animamos también desde ST&BM). Esto contribuye a que la creatividad de los profesionales españoles tenga resonancia internacional.



Alfonso Montecelos
Director/Editor

Immersed as we are in the whirlpool of competition to win business – the supply grows more voraciously than the demand – it's normal for destinations and suppliers in the meeting market to require – with more or less tenacity and ingenuity – the daily attention of buyers and intermediaries to try to sell them whatever. Consequently, it's comforting to know there's an

initiative like the one by Costa del Sol Convention Bureau with its Meeting Tourism Awards, to thank its clients – some loyal – for their clear interest in the destination. That's another way of doing marketing.

Perhaps awards are not always the answer, but many other times they are: the Conference Centre of La Coruña, Palexco, saw its merits recognized during the last AIPC conference in Montpellier. To say Palexco is to say Enrique Pena, its manager, who has shown what he's worth for many years and who became famous for being the first manager of a conference centre to make business (privately run, of course) profitable in Spain. Novices flocked to La Coruña for Enrique Pena to tell them how he did it. And he told them for free. Congratulations!

Awards increasingly abound and are obviously a stimulus. Ever since EIBTM has been held in Barcelona, the EIBTM Awards have begun to be won by Spanish events organizers, who didn't take part before and are now feeling encouraged to do so (we also encourage them from ST&BM). This contributes to Spanish industry players' creativity having a wide impact internationally.

DIRECTOR/EDITOR ALFONSO MONTECELOS
DISEÑO Y MAQUETACIÓN SONIA RODRIGUEZ CARRASCO
REDACCIÓN NATHALIE PÉDESTARRES, MARÍA MONTECELOS Y SANTIAGO CASTAÑO
MARKETING LISA BELTRAMINI FOTOGRAFÍA ABILIO LOPE VERSIÓN INGLESA TRACY EVANS
EDITA MOTIVALIA S.L. - GENERAL YAGÜE, 10, 3º | 28020 MADRID. SPAIN.
TEL.: + 34 91 555 76 39. FAX: +34 91 555 61 12. E-MAIL grupotb@arrakis.es



Cena de gala / Gala dinner

A este acontecimiento, promovido por el Convention Bureau del Patronato de Turismo de la Costa del Sol con la colaboración de Turespaña, Turismo Andaluz y varias empresas, asistieron unos 200 invitados, en su mayoría profesionales del turismo de reuniones procedentes de mercados tradicionales como el español y el europeo, de Estados Unidos y Canadá, así como una representación de otros mercados emergentes de interés para la Costa del Sol, como Portugal, el sudeste asiático, Europa del Este y Sudáfrica. También asistieron representantes de las principales asociaciones del sector de reuniones, españolas e internacionales, y

This event, promoted by Costa del Sol Convention Bureau and the Tourist Board in conjunction with Turespaña, Turismo Andaluz and several companies, was attended by about 200 guests, most of them meetings industry players from traditional markets like Spain and Europe, the US and Canada, plus a representation from other emerging markets of interest for the Costa del Sol, namely Portugal, south-east Asia, eastern Europe and South Africa. Representatives from top Spanish and international meeting sector associations, and trade press from several countries, including Spain Travel & Business Magazine, were also in attendance.

de medios de comunicación especializados de varios países, entre ellos Spain Travel & Business Magazine.

Los premiados

La Plaza de Toros de la Real Maestranza de Caballería de Ronda fue el escenario mágico en el que se celebró, al caer la tarde, la ceremonia de entrega de los premios, durante una cena de gala que incluyó al final un espectáculo de danza y ópera (fragmentos de "Carmen", como no podía ser menos).

El premio a la Mejor Presentación de Producto 2005-2006 recayó en el evento Sprinter Eurotraining

The award-winners

The Real Maestranza de Caballería Bullring in Ronda provided the magic backdrop for the awards ceremony during a gala dinner in the evening, rounded off with a ballet and opera performance (extracts from "Carmen", no less).

The Best Product Presentation 2005-2006 award went to the Sprinter Eurotraining 2006 event by Daimler Chrysler, Germany. It concerned the presentation of the Mercedes Sprinter, staged in Hotel Don Carlos in Marbella between 15 January and 1 April 2006, and aimed at European dealers, press and leading clients. This



Cena de bienvenida / Welcome dinner

2006 de Daimler Chrysler, Alemania. Se trataba de la presentación del vehículo Mercedes Sprinter, que tuvo lugar en el Hotel Don Carlos en Marbella entre el 15 de enero y el 1 de abril del 2006, dirigido a dealers europeos, prensa y grandes clientes. Durante este periodo se contabilizaron 5.200 participantes y 11.500 pernoctaciones. Se realizaron presentaciones en sala, pruebas en rutas abiertas y pruebas dinámicas en circuito cerrado.

La empresa Scarface Vivendi THA Group, del Reino Unido, consiguió el premio al Programa más creativo 2005-2006, organizadora del evento en el que 225 periodistas de todo el mundo asistieron al lanzamiento de un videojuego de la mano de una famosa productora. El Hotel Los Monteros se convirtió en la casa de Tony Montana, papel interpretado por Al Pacino en



period saw 5,200 participants and 11,500 overnight stays. Presentations were given inside, trials on open roads and dynamic trials on a closed track.

The company Scarface Vivendi THA Group, from the UK, won the award for the Most creative programme 2005-2006 for organizing the event in which 225 journalists from across the world attended the launch of a video-game by a famous producer. Hotel Los Monteros became the home of Tony Montana, a role performed by Al Pacino in the film Scarface.

la película Scarface. John Rich de Westgate Travel, Estados Unidos, fue reconocido con el premio al Mejor promotor de la Costa del Sol 2005-2006. Mr. Rich viene operando grupos desde el año 1992 ininterrumpidamente, salvo el 11 S cuando el mercado americano descendió drásticamente. Sus clientes están relacionados con la construcción. La Costa del Sol es ofrecida sistemáticamente como destino preferencial, junto con Tenerife. El premio al Congreso científico más relevante 2005-

John Rich of Westgate Travel, United States, was distinguished with the award for the Best promoter of the Costa del Sol 2005-2006. Mr. Rich has been running groups non-stop since 1992, except on 11 September when the American market plummeted. His clients are linked to the construction industry. The Costa del Sol is systematically offered as a preferential destination, alongside Tenerife.

The award for the Most outstanding scientific meeting 2005-2006 was given to the XXVII Ophthalmology Congress, organized by Sociedad Andaluza de Oftalmología, Spain. This meeting has been held on the Costa del Sol for 10 years running. The Andalusian Ophthalmology Society is a non-profit making Scientific Society with over 30 years' experience in the field of Ophthalmology. At present it boasts more than 250 members.



"Viaje a la Andalucía profunda" / "Trip deep into the heart of Andalusia"

2006 correspondió a XXVII Congreso de Oftalmología, organizado por la Sociedad Andaluza de Oftalmología, España. Este congreso viene celebrándose en la Costa del Sol desde hace 10 años. La Sociedad Andaluza de Oftalmología es una Sociedad Científica no lucrativa de más de 30 años en el ámbito de la Oftalmología. En la actualidad la componen mas de 250 asociados.



La Mejor Convención 2005-2006 fue para, Comverse, Kenes International, Israel. El Palacio de Congresos de Marbella y el Hotel Gran Meliá Don Pepe acogieron la Convención Internacional de Comverse. El objetivo era la presentación de novedades en productos de tecnología multimedia, internet y mensajería electrónica. Participaron grandes marcas internacionales de la industria. La Costa del Sol compitió con Madrid y Barcelona en los procesos de captación de la candidatura. En la edición del 2004 esta misma Convención tuvo lugar en Paris.

La periodista Anne Golec de la revista Voyages & Strategie, Francia, es la autora del trabajo "L'eden Andalou", que recibió el premio al Mejor reportaje MICE 2005-2006. El jurado destacó que a lo largo

The Best Convention 2005-2006 went to Comverse, Kenes International, Israel. Marbella Conference Centre and Hotel Gran Meliá Don Pepe housed the International Comverse Convention. The objective was to present the latest in multimedia technology products, internet and electronic messaging. Big international names in the industry took part. The Costa del Sol competed with Madrid and Barcelona in the processes to win the candidature. The 2004 Convention took place in Paris.

The journalist Anne Golec from the magazine Voyages & Strategie, France, wrote "L'eden Andalou", which received the award for the Best MICE article 2005-2006. The jury highlighted the fact that throughout the 11 pages of stunning photographs and a fabulous article she had put on paper the image of a



de 11 páginas de bellísimas fotografías y una redacción brillante se ha puesto sobre el papel la imagen de un destino que apuesta por el futuro al tiempo que conserva sus raíces andaluzas.

Programa social

Los invitados a este acontecimiento pudieron disfrutar de algunos estupendos momentos gracias a un programa social que incluyó una cena de bienvenida en el beach del Hotel Don Carlos de Marbella, y al día siguiente, un "viaje a la Andalucía profunda". Consistió en una simpática excursión al Valle del Guadalhorce. Allí, en el cortijo Hacienda Moreno, pudieron disfrutar del colorido de una romería con flamenco y baile de caballos andaluces, muestras de artesanía y, por supuesto, una degustación de gastronomía típica malagueña ●

destination making a bid for the future while preserving its Andalusian roots.

Social programme

The guests invited to the event were able to enjoy some great moments, thanks to a social programme which included a welcome dinner on the beach of Hotel Don Carlos in Marbella, and the next day, a "trip deep into the heart of Andalusia". It consisted of a pleasant excursion to the Guadalhorce Valley. There, on the Hacienda Moreno estate, they were able to admire the colours of a procession with flamenco and dance of Andalusian horses, craft displays and, naturally, to taste traditional Malaga cuisine ●

Más información
For more information
www.visitacostadelosol.com

China de la mano de AIMS

China by AIMS



Shanghai

Por/By: ST&BM
Fotos/Photos: AIMS

La red internacional de agencias AIMS, especializada en la organización de congresos, eventos y viajes de incentivos, eligió Shanghai para abrir su 7ª oficina internacional. Pretende reproducir, en el mercado con mayor potencial turístico en la actualidad, la misma calidad de servicio personalizado a la que su clientela está ya acostumbrada en los otros 6 destinos europeos donde está implantada AIMS.

The international network of AIMS agencies, specializing in the organization of meetings, events and incentive travel, chose Shanghai in which to open its 7th international office. It intends reproducing, in the market which has the biggest tourism potential at present, the same quality of personalized service to which its clients are already accustomed in the 6 other European destinations in which AIMS is established.

En estos momentos, China es indudablemente el destino turístico del futuro para los consumidores europeos. Millones de km² de contrastes paisajísticos y culturales todavía casi sin explorar; un ambiente intemporal donde conviven metrópolis high-tech y tradiciones milenarias; y el dinamismo generado por los



China is currently and undoubtedly the tourist destination of the future for European consumers. Millions of square kilometres of landscape and cultural contrasts still relatively undiscovered; a timeless environment in which high-tech metropolises and ancient traditions co-exist; and the dynamism generated by the