

Anexo II (b)

Acuerdo de 6 de febrero de 2024, del Consejo de Gobierno, por el que se toma conocimiento del balance de la Junta de Andalucía en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2024.

RELACIÓN DE DOCUMENTOS

TODOS LOS DOCUMENTOS DEL EXPEDIENTE SON ACCESIBLES

Nº orden	Denominación del documento
1	Memoria Justificativa (1 de febrero de 2024).

En virtud de lo establecido en el Acuerdo de 17 de diciembre de 2013, del Consejo de Gobierno, por el que se adoptan medidas para la transparencia del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, y dando cumplimiento a las Instrucciones de coordinación para asegurar la homogeneidad en el tratamiento de la información en cumplimiento de lo establecido en el citado Acuerdo, se emite la presente propuesta sobre la aplicación de los límites de acceso de los documentos que integran el expediente relativo al asunto indicado.

EL VICECONSEJERO DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTE

C/ Santa María la Blanca,1.Palacio de Altamira.
41004 Sevilla
Telf: 955064171
Correo-e:
coordinacion.vcsj.ccp@juntadeandalucia.es



FIRMADO POR	VICTOR MANUEL GONZALEZ GARCIA	06/02/2024	PÁGINA 1/1
VERIFICACIÓN	Pk2jmZWQBRKDSMEVSA5D7C7UE89EB5	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Memoria Justificativa del Acuerdo del Consejo de Gobierno, por el que se toma conocimiento del balance de la Junta de Andalucía en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2024.

El Estatuto de Autonomía para Andalucía, en su artículo 37.1.14º, establece como uno de los principios rectores de las políticas públicas de la Comunidad Autónoma el fomento del sector turístico, como elemento económico estratégico de Andalucía. Asimismo, en su artículo 71, atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo que incluye, en todo caso, la ordenación, la planificación y la promoción interior y exterior de Andalucía como destino turístico, funciones que conforme a lo previsto en el Decreto del Presidente 10/2022, de 25 de julio, sobre reestructuración de Consejerías, desempeña la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte.

La Feria Internacional de Turismo FITUR, celebrada en Madrid entre los días 24 y 28 de enero, es el punto de encuentro global para los profesionales del turismo y la feria líder para los mercados receptivos y emisores de Iberoamérica, feria que se ha convertido en la primera cita anual para los profesionales del turismo mundial.

En la 43 edición de FITUR, Andalucía ha apostado por mostrarse como una oferta integrada y transversal donde más destinos pudiesen tener presencia destacada y centrando el foco en la profesionalización de la asistencia regional a la feria, mostrando un concepto innovador en el que todos los destinos andaluces estuviesen unidos, porque “la marca Andalucía” nos debe vincular a todos, para ahondar en sinergias territoriales y entre segmentos.

En esta edición, Andalucía ha contado con el stand de mayor superficie que se ha tenido nunca en esta cita, más de 7.000 metros cuadrados de pabellón a disposición de la industria turística andaluza, con la novedad de contar por primera vez con un espacio en altura. Ello ha permitido que, además de 8 espacios dedicados a las diputaciones provinciales y sus patronatos de turismo, también hayan podido contar con oportunidades de mostrar su oferta otros destinos andaluces como las capitales y grandes municipios turísticos de nuestra geografía, tanto de costa como de interior.

Andalucía ha contado con 3 zonas diferenciadas en el stand, una primera zona de acceso de gran impacto, constituida como un área multisensorial para que el visitante se sumergiese en Andalucía, con un túnel de experiencia inmersiva basado en la nueva campaña de comunicación; una segunda zona en la que estaban ubicados los destinos andaluces, que han aprovechado al máximo el escenario central del stand de 100 metros cuadrados y las 3 grandes salas de presentaciones y demostraciones (Sala Andalucía, Sala Crush y Sala Showcooking); y una tercera zona diferenciada, centrada en la generación neta de negocio, para profesionales de la industria, donde se ha triplicado la zona de trabajo respecto a 2023 para facilitar la presencia del mayor número de empresarios que han acompañado a la Consejería de todas las ediciones de Fitur.

Todos estos aspectos han permitido que el pabellón de Andalucía haya obtenido el reconocimiento al Mejor Stand, en la categoría de Instituciones y Comunidades Autónomas.

Durante los tres primeros días de feria, se ha contado con participación clave del empresariado, al disponer el stand andaluz de un área de empresarios mayor que nunca: los profesionales que han pasado por el stand de Andalucía este año ha alcanzado la cifra de 134.246, un 37% más que en 2023. En cuanto al público

Plaza Nueva, núm. 4
41071, Sevilla.

955065100
sgtur.ctrjal@juntadeandalucia.es



FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	01/02/2024	PÁGINA 1/2
VERIFICACIÓN	Pk2jmLZ8EU8RMXUZ5SDSKPA8WLG6JZ	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



en general, en esta edición el stand ha tenido 76.838 visitas, un 48% más que en la feria del año pasado. Por tanto y en su conjunto, la asistencia total ha ascendido a la cifra de 211.084 visitantes, esto es, un 40,5% más que en el año precedente. Además de lo anterior, cabe destacar otro dato de gran relevancia , del total de asistentes a FITUR 2024, un 84,4% han pasado por el stand de Andalucía.

Es especialmente significativa la campaña “Andalusian Crush” y el spot publicitario, que ha sido valorada de manera sobresaliente tanto por los profesionales andaluces y no andaluces, como por el público en general. Además, después de la visita al stand de Andalucía, el 96% de los asistentes cree que visitará Andalucía, frente al 94% del año 2023.

Ha sido un FITUR lleno de sinergias, 180.271 personas interactuaron en el pabellón inteligente (85%). En la Business Network Area, se ha contado con 6.389 inscripciones en el área Business, con 5.956 reuniones y una valoración de 8,1 puntos.

El stand de Andalucía se ha convertido en un pabellón inteligente, Networking de una manera fácil y rápida; 500 metros cuadrados de pantallas de gran formato y 200 soportes audiovisuales para mostrar Andalucía y sus destinos; 1.200 minutos de material audiovisual impactante sobre Andalucía, de los que el 87% ha sido material de los destinos presentes; 12 soluciones tecnológicas para crear una experiencia única e inolvidable. Asimismo, se ha contado con más de 20 cámaras conectadas a la plataforma de BigData y Neuromarketing; 10.000 pulseras inteligentes repartidas; 9.869 usuarios registrados en la web/app; 10.987 participaciones registradas en experiencias.

En definitiva, una Andalucía en FITUR más viva que nunca, 143 Eventos en el escenario, Showcooking y salas Andalucía y Crush; 103 de ellos gestionados por destinos e instituciones; en total, 111 horas de eventos programados (en salas) y más de 500 presentaciones en las 12 salas de destinos. Con una afluencia y emociones a flor de piel, el pabellón generó 20.702.766 emociones (incremento del 206%), siendo la más reiterativa la de sorpresa.

Tras la participación en la feria FITUR 2024, el análisis de las acciones desarrolladas y la valoración de las mismas por parte de los empresarios y profesionales, puede constatarse que se han cumplido los objetivos de la Junta de Andalucía, por el interés mostrado por los operadores, el número de empresas asistentes y los contactos establecidos, que tienen buenas expectativas en cuanto a que se traduzcan en negocio.

Así, teniendo en cuenta la repercusión de la feria FITUR 2024 y su incidencia en el desarrollo del turismo en Andalucía, que constituye uno de los sectores estratégicos de su economía, se considera oportuno que el balance de la participación en la misma sea conocido en el seno del Consejo de Gobierno.

LA SECRETARIA GENERAL PARA EL TURISMO
Yolanda de Aguilar Rosell

FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	01/02/2024	PÁGINA 2/2
VERIFICACIÓN	Pk2jmLZ8EU8RMXUZ5SDSKPA8WLG6JZ	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	