

DENOMINACIÓN:

Acuerdo de 19 de noviembre de 2024, del Consejo de Gobierno, por el que se toma conocimiento de la participación de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior en la Tourism Innovation Summit (TIS) y en la feria World Travel Market WTM.

El artículo 37.1.14 del Estatuto de Autonomía para Andalucía proclama como principio rector de las políticas públicas de la Comunidad Autónoma, el fomento del sector turístico como elemento económico estratégico de Andalucía. Asimismo, en su artículo 71, se atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo, en la que se incluye, en todo caso, la ordenación, la planificación y la promoción del sector turístico, entre otras.

A su vez, el artículo 3 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía señala que, de conformidad con las competencias establecidas en el artículo 71 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, corresponde a la Administración de la Junta de Andalucía la promoción interna y externa de la imagen turística de Andalucía, estableciéndose, asimismo, en el artículo 56 como uno de los principios de actuación en la materia, la consideración de Andalucía en su conjunto como destino turístico global con tratamiento unitario en su promoción fuera de su territorio, así como la potenciación del destino turístico de Andalucía en el mercado nacional e internacional, favoreciendo el ajuste adecuado entre las acciones promocionales a desarrollar y las demandas del mercado.

El citado artículo 56 establece también que la promoción se orientará a los distintos segmentos de mercado, diversificando una oferta turística auténtica y de calidad que ofrezca una imagen de Andalucía como destino turístico singular, programándose y ejecutándose por la Consejería competente en materia de turismo campañas de promoción para fomentar y mantener la imagen de calidad y diversidad de Andalucía como destino turístico.

La quinta edición de la Tourism Innovation Summit (TIS) 2024 (en adelante, TIS 2024), celebrada en Sevilla del 23 al 25 de octubre de 2024, reunió a más de 7.900 visitantes, 416 ponentes y 221 expositores de 41 delegaciones internacionales. Bajo el lema "Elevating travel industry with tech", el evento reafirmó su relevancia como plataforma internacional para el impulso de la innovación, la sostenibilidad y la tecnología en el sector turístico. Andalucía, como destino referente, basó su presencia en el TIS 2024 para fortalecer su posición en el ámbito de las soluciones tecnológicas y la digitalización, aprovechando este escaparate para mostrar sus avances y establecer conexiones estratégicas que abran puertas a las empresas turísticas andaluzas en mercados internacionales.

La participación de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior en el TIS 2024 ha respondido a:

- El cumplimiento de las estrategias identificadas en el Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027 para impulsar la internacionalización de las empresas turísticas andaluzas, mejorar la sostenibilidad en el sector y promover su digitalización.
- La materialización de acciones que buscan mejorar la competitividad de las PYMES turísticas andaluzas, permitiéndoles acceder a herramientas digitales que optimicen sus procesos y aumenten su visibilidad internacional, así como fomentar el conocimiento sobre prácticas sostenibles e innovadoras y generar sinergias y conexiones entre pymes tecnológicas y el tejido empresarial turístico de la comunidad.
- La promoción de los destinos turísticos andaluces, y en especial los relacionados con la tecnología y travel tech, entre operadores y pymes de la cadena de valor del turismo, facilitando el establecimiento de contactos para aperturar el negocio turístico andaluz a nuevos mercados.

En el marco del TIS 2024, la Consejería de Turismo y Andalucía exterior desarrolló múltiples actividades dirigidas a promocionar la comunidad como destino turístico innovador (especialmente con China, país invitado de esta edición), a través de un stand propio de 80 m², en el que la región mostró sus recursos y soluciones en travel tech y sostenibilidad. Además, la Consejería organizó y participó en numerosos paneles y entrevistas que abordaron temas clave para la industria, como la digitalización, el análisis de datos, la sostenibilidad y el fomento de startups en el sector turístico. Las ponencias, que incluyeron la participación de expertos de renombre y líderes de opinión, proporcionaron una visión completa de las últimas tendencias tecnológicas y de gestión en turismo. Estos eventos facilitaron el intercambio de conocimientos, sirviendo de inspiración para nuevas estrategias y enfoques en el sector.

En total, en la presente edición del TIS 2024 las autoridades y el personal de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior ha participado en 42 acciones y reuniones, fundamentalmente para facilitar contactos entre pymes y operadores internacionales para la apertura de nuevos mercados, para consolidar el despliegue del modelo de apoyo a la internacionalización de las empresas turísticas a través de la marca Andalucía, para impulsar a la industria TravelTech mediante acciones programadas de alto impacto y demostración de soluciones y nuevas tecnologías de productos y procesos para su implementación en la industria turística andaluza, para generar contactos estratégicos con operadores, inversores y representantes de destinos, a través del stand y de los espacios de networking habilitados y para interactuar de forma directa con líderes del sector para conocer de primera mano las demandas y tendencias actuales, facilitando la adaptación y mejora de la oferta andaluza a nuevas exigencias, como medios para la expansión de los negocios turísticos andaluces y para la mejora de la visibilidad de Andalucía a nivel global.

Además, el stand propio de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior contó con un set de grabación propio en el que se realizaron, por ejemplo, 18 grabaciones con líderes y personas referentes internacionales del turismo y su tecnología, con el formato podcast, como proyecto piloto para lanzar la serie de vídeos de “Andalucía Destinos”, iniciativa pionera, enfocada a la transferencia de conocimiento en el ámbito turístico a través de entrevistas y conversaciones en profundidad mediante diálogos distendidos con personalidades relevantes de estas industrias.

Por último, una vez finalizado el TIS 2024, el promotor ha estimado una generación de impacto económico en Sevilla superior a los 20 millones de euros, además de favorecer la creación de empleo temporal en sectores como la hostelería, el transporte y el entretenimiento. Este impacto se traduce en beneficios a corto y largo plazo, incrementando la demanda de servicios locales y promoviendo la inversión en el sector turístico. Además, la asistencia de líderes y talentos de la industria contribuye al enriquecimiento de la oferta laboral, atrayendo jóvenes profesionales y ampliando la red de contactos en el sector.

Por su parte, la World Travel Market (WTM) 2024, una de las tres ferias internacionales de turismo más destacadas del mundo, junto con la ITB Berlín y FITUR, se celebró en Londres del 5 al 7 de noviembre de 2024. Andalucía participó en este evento para fortalecer su posición en el mercado turístico británico, un emisor clave que representa el 21,4% de la demanda extranjera de la región. Con una inversión que ronda el millón de euros, gran parte financiada por fondos europeos, la presencia de Andalucía buscó atraer nuevos visitantes, fomentar el turismo sostenible y potenciar la desestacionalización del sector.

La presencia de Andalucía en la WTM 2024 también persiguió dar a conocer la oferta y los recursos turísticos de la comunidad a los profesionales del sector, consolidando e internacionalizando la marca y las empresas andaluzas a través de la imagen desarrollada en la campaña de comunicación vigente, cuyo claim “Andalusian Crush” fue actualizado recientemente.

La presencia andaluza en esta edición se focalizó en los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar la conectividad: una de las estrategias principales para Andalucía es la de mejorar la conectividad entre los mercados turísticos internacionales más relevantes para la región y todos los aeropuertos andaluces. Esta feria posibilita suscitar el interés de las compañías aéreas por el destino, aprovechando las conexiones directas de corto ratio, al tiempo que se buscan nuevas oportunidades con aeropuertos con los que no opera actualmente la comunidad. La presencia en Londres sirve para presentar la convención de JET2 en Andalucía el

próximo año, así como el acuerdo que cerrará la consejería con esta compañía para la temporada del 2025. Además, se producen reuniones con otras aerolíneas bandera como British Airways, para la búsqueda de un viajero con mayor poder adquisitivo.

- Impactar en las generaciones más jóvenes: los viajeros del futuro. Resulta imprescindible cambiar la percepción que se tiene de un destino, especialmente en un mercado tan maduro como el Reino Unido para Andalucía, sobre todo de cara a los viajeros más jóvenes (Generación Z o Millennials), con el fin de mejorar la cuota de mercado andaluza y que este público objetivo pueda conocer todos los atractivos actuales que ofrece la región.

- Buscar nuevos operadores de nicho: la participación en esta feria ha servido para realizar nuevos contactos, de cara a iniciar colaboraciones con pequeños creadores de producto orientados a nichos de segmento como los de interior y naturaleza, gastronomía, golf, etc., con el fin de fomentar la desestacionalización de temporada y la distribución de pasajeros por el territorio andaluz. Igualmente, se promueve en la feria las llegadas en temporada baja como época ideal de vacaciones, a través de grandes operadores como Jet2 Holidays o Love Holidays, que mueven grupos a destinos del sur de Europa en invierno, viajes tipo city-break, que permiten atraer flujos de viajeros a zonas menos operadas con el fin de mantenerlas abiertas todo el año.

- Mostrar líneas de trabajo en materia de sostenibilidad: Andalucía reúne en el marco de WTM a los principales actores turísticos en torno a una Vip Roundtable, para mostrar a los profesionales británicos la línea de trabajo que se está siguiendo en este mercado, así como darles a conocer los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino que se desarrollan en la comunidad y que están sirviendo para transformar y modernizar el sector turístico a través de la sostenibilidad y la digitalización, aumentando su competitividad y resiliencia.

- Apostar decididamente por la campaña de atracción de nómadas digitales y energéticos: Igualmente, la comunidad vuelve a centrar parte de su acción en el emisor británico en el target nómada, pues Andalucía ofrece condiciones idóneas para este tipo de viajero (precios, clima, infraestructuras, etc.).

Andalucía ha contado con un stand propio de 581 m², 25 más que el año anterior, moderno y multifuncional, adaptado del modelo exhibido en la feria ITB de Berlín, donde se han dado cita un centenar de empresarios de la comunidad junto a los 8 patronatos provinciales de turismo. El espacio incluyó zonas de reuniones, presentaciones y áreas de oferta, así como una sección especial para los medios de comunicación y una aplicación móvil llamada Andalusian Crush Link para la gestión de reuniones y el registro digital.

El stand de Andalucía en la World Travel Market (WTM) 2024 recibió un total de 17.971 visitas, un 14,8% más que en la anterior edición.

Andalucía consiguió atraer al 38,8% del total de visitantes al recinto ferial, aumentando en 5,1 puntos su peso respecto a 2023 y duplicando el crecimiento medio de la feria (WTM 2024 registró un global de 46.316 visitantes, subiendo un 6% respecto a 2023 frente al 14,8% de incremento anotado en el stand andaluz).

El área de negocio del stand ha facilitado el networking de las 60 empresas andaluzas asistentes (30 más que en la edición anterior). Este espacio ha albergado 60 mesas de trabajo de dos tipos: 30 mesas fijas y 30 rotatorias (las mesas fijas han sido utilizadas por empresas con participación permanente durante todo el horario de apertura de la feria, en tanto que las rotatorias han permitido la participación puntual de otras empresas con participación no permanente). En el área de presentaciones se han llevado a cabo eventos específicos como el "Networking Evening" y la "VIP Roundtable", dos actividades clave para interactuar con profesionales del turismo británico y fomentar alianzas estratégicas. El área para prensa, ubicado estratégicamente, ha permitido a los medios un fácil acceso a las actividades y a los representantes de las distintas empresas andaluzas asistentes.

En el stand propio cada una de las ocho provincias andaluzas ha contado también con representación en la zona de mostradores, con mobiliario para la atención y grandes pantallas para mostrar los atractivos turísticos de cada destino y para transmitir la diversidad de la oferta turística de Andalucía a los visitantes. La zona institucional del stand ha dispuesto de un despacho central con capacidad para reuniones de hasta ocho personas.

El turismo británico apunta a una recuperación total pospandemia en 2024 basada en propuestas diferenciales

del destino Andalucía y la captación de nuevos públicos que generan mayores ingresos y una mejor distribución territorial y temporal, por lo que Andalucía persigue atraer a las nuevas generaciones británicas, apostando por un turismo de calidad, más inclusivo y resiliente, resultando claves la conectividad y sostenibilidad como medio para que Andalucía continúe la tarea de fidelizar a ese turismo británico de calidad. Por todo ello la participación de Andalucía en la WTM 2024 subraya el compromiso de la región por consolidar su marca.

Dado que la participación de la Junta de Andalucía en estos dos grandes eventos a nivel mundial, a través de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, contribuye a la consolidación del prestigio y el reconocimiento de la región como destino turístico de excelencia, actividad que es vital para la economía andaluza, se considera oportuno y conveniente su toma de conocimiento por el Consejo de Gobierno.

En su virtud, de conformidad con el artículo 27.22 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, a propuesta del Consejero de Turismo y Andalucía Exterior y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión del día 19 de noviembre de 2024, se adopta el siguiente

ACUERDO

Tomar conocimiento de la participación de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior en la Tourism Innovation Summit (TIS) y en el World Travel Market WTM.

Sevilla, a 19 de noviembre de 2024

Juan Manuel Moreno Bonilla
PRESIDENTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Carlos Arturo Bernal Bergua
CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR