

Anexo II (b)

Acuerdo del Consejo de Gobierno, por el que se toma conocimiento de la presencia de la Junta de Andalucía en la ITB Berlín 2025.

RELACIÓN DE DOCUMENTOS

TODOS LOS DOCUMENTOS DEL EXPEDIENTE SON ACCESIBLES


Nº orden	Denominación del documento
1	Memoria justificativa de la Secretaría General para el Turismo, de 18 de marzo de 2025.

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 Y ANDALUCÍA EXTERIOR

C/ San José, 13.
41004 Sevilla
Telf: 955064171
Correo-e: coordinacion.vice.ctae@juntadeandalucia.es



Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACION			
FIRMADO POR	VICTOR MANUEL GONZALEZ GARCIA	28/03/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmUTSP7UVAWJDXYZ4ZD8Q2HRECA	PÁG. 1/1	

Memoria justificativa del Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se toma conocimiento de la presencia de Andalucía en la ITB Berlin 2025.

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 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 igualmente 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 Internationale Tourismus-Börse (ITB) de Berlín, es una de las tres ferias internacionales más importantes del mundo en su ámbito, junto a la World Travel Market de Londres y la madrileña FITUR, reuniendo en cada edición en torno a 100.000 visitantes profesionales y más de 5.000 expositores de 190 países.

Andalucía, con una amplia tradición de asistencia a la feria berlinesa, ha estado presente en la edición de 2025 con un stand innovador, una variada oferta turística y un mejorado posicionamiento de marca, para actualizar la percepción que el sector turístico alemán tiene de nuestro destino y recuperar la demanda perdida en los últimos años.

Alemania es uno de los mercados internacionales que más turistas aporta a Andalucía y de los más fieles para nuestra comunidad. En 2024 aportó un volumen de 1,15 millones de turistas a la región, con un incremento del 10,3% respecto al año anterior y un gasto turístico generado superior a los 1.600 millones de euros, un 23% más que en 2023.

Pese a la bonanza que reflejan los datos anteriores, se trata de un mercado emisor maduro que registró una significativa caída en sus llegadas a Andalucía con motivo de la pandemia, y que está costando recuperar. Así, a la atonía en la recuperación de sus llegadas a Andalucía se ha sumado un cierto desplazamiento de flujos hacia otros destinos y numerosas contracciones de la economía nacional alemana, que, a pesar de los buenos registros recientes, están dificultando consolidar su recuperación.

Por ello, la asistencia de Andalucía a la edición 2025 de este evento ferial, celebrado del 4 al 6 de marzo, se orientó hacia el objetivo general de reforzar la internacionalización del destino y el posicionamiento de mar-

Avda. de la Guardia Civil, 1
41013, Sevilla.



Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN		
FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	18/03/2025
VERIFICACIÓN		PÁG. 1/3



ca en el emisor, dirigiendo la actuación hacia un perfil de turista potencial, asociado a un gasto medio-alto y de menor edad. Para lo cual se centraron los objetivos específicos en consolidar la marca “**Surrender to the Andalusian Crush**”, dirigida a un público más joven alemán y no tan tradicional, así como en la mejora de la conectividad aérea con las principales aerolíneas del mercado germano.

Igualmente se procuró potenciar la desestacionalización del turismo alemán con estrategias dirigidas a la atracción hacia temporadas de menor concentración turística y procurar su mejor distribución en el territorio, generando atractivo entre el turista alemán en nichos de mercado más específicos y en recuperar sinergias.

A tal efecto, la Consejería contó con un stand propio de 535 metros cuadrados, mayor que el año anterior, tras aumentar la zona que se destina a los empresarios andaluces presentes en la feria, así como una intensa agenda ejecutiva repleta en de encuentros con representantes turísticos y prescriptores del mercado alemán, entre los que se incluye la relevante asociación de agencias de viaje de Alemania (DRV), TUI Group o ADAC Reisen, actores que refrendaron las expectativas de crecimiento de Andalucía en este mercado para 2025, destacando la evolución del destino hacia un modelo turístico sostenible y de calidad, perfectamente alineado con las demandas de las nuevas generaciones de viajeros.

La conectividad aérea fue otro de los focos de atención, para lo cual se mantuvieron encuentros con aerolíneas como la alemana Eurowings, que anunció un incremento del 15% en las plazas ofertadas hacia Andalucía para 2025, operando rutas desde seis aeropuertos e incluyendo nuevas conexiones como Düsseldorf-Sevilla y Berlín-Jerez. Este aumento reflejó la confianza de la compañía en el potencial del destino andaluz, respondiendo a las iniciativas desarrolladas por la Consejería en materia de conectividad para afianzar el crecimiento de demanda procedente del mercado alemán.

Con el fin de fortalecer las relaciones comerciales, promocionar la oferta cultural de Andalucía y generar contactos empresariales, la consejería también organizó un evento en la Catedral Francesa de Berlín, al que asistieron 150 profesionales turísticos entre agentes de viaje y gestores de demanda. La velada contó con la actuación de artistas andaluces, que interpretaron la pieza compuesta por Hans Zimmer para la campaña “**Surrender to the Andalusian Crush**”.

Por último, se aprovechó el marco de la feria y su repercusión en medios para recordar que, tras el intenso trabajo realizado en la candidatura, Málaga acogerá el congreso de la asociación DRV a finales del presente mes de marzo, reuniendo a 500 profesionales del sector turístico alemán en nuestra región. DRV conmemora con este evento su 75 aniversario, representando una oportunidad singular donde mostrar la transformación experimentada en la Comunidad hacia un modelo de turismo más sostenible.

Los resultados de las visitas al stand andaluz en la feria de Berlín fueron similares a los de ediciones anteriores, aunque ligeramente inferiores a los de la última convocatoria. Esta tendencia fue compartida por otros destinos presentes en el evento, reflejo de la actual desaceleración del mercado emisor y de la economía nacional alemana en general. Esta situación refuerza la importancia de la destacada presencia de Andalucía en la ITB, así como de la intensa agenda de contactos gestionada en esta edición, con el objetivo de potenciar el atractivo de la comunidad, optimizar el público objetivo y reactivar la llegada de turistas alemanes.

Así, teniendo en cuenta la repercusión de la ITB 2025 y su incidencia en el desarrollo del turismo en Andalucía, que constituye uno de los sectores estratégicos de su economía, se considera oportuno que la participación en la misma sea conocida en el seno del Consejo de Gobierno.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	18/03/2025
VERIFICACIÓN		PÁG. 2/3



LA SECRETARIA GENERAL PARA EL TURISMO

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACION

FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	18/03/2025
VERIFICACIÓN		PÁG. 3/3