

Comunicado de Prensa
Calvià, 8 de novembre de 2016

BUENAS PREVISIONES EN LA WORLD TRAVEL MARKET DE LONDRES DONDE CALVIÀ HA CONSTATADO EL INCREMENTO DE TURISTAS EN TEMPORADA MEDIA-BAJA Y LA CONSOLIDACIÓN DEL CRECIMIENTO DEL TURISMO FAMILIAR

El alcalde de Calvià, Alfonso Rodríguez Badal, encabeza la delegación de Calvià en la World Travel Market de Londres, a la que ha asistido acompañado del teniente de alcalde de Turismo, Antonio García Moles, y el director general de Turismo y Proyectos Estratégicos del Ajuntament, Joan Mesquida.

Durante la jornada del martes han mantenido un encuentro con el nuevo director de la Oficina de Turismo en Londres, Javier Piñares, con quien han renovado los compromisos de colaboración con Calvià en la línea de gestionar temas de comunicación en origen y la imagen del destino.

También se han reunido con los alcaldes de Lloret de Mar, Jaume Dulsat, de Salou, Pere Granados, y de Torremolinos, José Ortiz, y con la gerente de Visit Benidorm, Leire Bilbao, con los que han tratado temas comunes que afectan a los destinos turísticos maduros, como la financiación, la promoción, las relaciones con operadores turísticos, acciones de benchmarking y la complejidad de temas de ordenación turística como las viviendas de uso turístico, entre otros. El objetivo de la reunión era sumar sinergias e intercambiar experiencias y conocimientos, y la idea es dar continuidad a esta primera reunión y emplazarse de nuevo próximamente para valorar acciones conjuntas. Estos municipios encabezan la lista de los principales destinos turísticos de sol y playa, y en total mueven 45 millones de pernотaciones.

A lo largo de la mañana han tenido distintas reuniones con representantes de turoperadores y agencias de viaje.

La Asociación de Agentes de Viaje Británica, ABTA, como ya ocurrió en la reunión del año pasado, se ha interesado por las actuaciones que, tanto a nivel privado como público, se están realizando en Calvià, concretamente en la zona de Magaluf. También ha mostrado interés en conocer las actividades que se llevan a cabo en el municipio de Calvià en temporada media-baja y en aspectos que permiten segmentar el producto. La directora de Destinos y Sostenibilidad de ABTA, Nikki White, ha informado a la delegación de Calvià que para la temporada media-baja (de noviembre a abril) habrá un incremento del 36% para Mallorca, y de un 14% en temporada alta. Asimismo, ha apuntado a una subida del turismo familiar, dato que coincide con las previsiones de la asociación hotelera de Palmanova-Magaluf que han señalado una subida del turismo familiar y de parejas y adultos, frente al turismo joven que decrece.

En la reunión con la compañía Jet 2, sus representantes han informado de la introducción de dos nuevas rutas con Mallorca desde el sur del Reino Unido (Stanstead y Birmingham) y desde Belfast. Jet 2 está incrementando su presencia en la isla: en octubre de 2015 vendieron 42.000 asientos; 47.000 en 2016 y tienen una previsión de 69.000 en 2017.

Calvià ha mantenido estos días otras reuniones con Tui-Thomson, Travel Republic, On the Beach y Elite Travel, en las que se ha hablado de realizar campañas de comarketing con segmentos de turismo familiar, deportivo, de naturaleza, gastronomía, etc., sobre todo en temporada media-baja.