

De los festivales al cine: un turismo cada vez más segmentado en FITUR



FITUR lleva años adaptándose a un mercado turístico cada vez más segmentado. De ahí que ya no es 'una feria', sino una plataforma en la cual casi cada tipo de turismo tiene su hueco, su formación, sus expositores, sus eventos. Y este turismo segmentado va integrando a nuevos segmentos conforme cambia la sociedad y el turismo. En esta línea, la gran adición del año pasado (festivales) y la de este año (cine) conforman una tendencia: el desarrollo del turismo cultural. La cultura siempre ha sido un generador de turismo (museos, catedrales, algún musical...), pero estos dos tipos de productos culturales más recientes demuestran la vitalidad del turismo, y la actualidad de FITUR.

Este año, este turismo cultural está de doble celebración: FESTIVALES cobra más vida que nunca, puesto que FITUR incluirá su propio festival, en el Pabellón 1, durante el fin de semana. FITUR lanza también su sección dedicada al screen tourism, un mercado que no se limita a unos pocos fanáticos de *Juego de Tronos*: nada menos que 80 millones de viajeros eligen su destino basándose en películas y series de televisión. Un turismo mágico que aporta presupuestos de producción en el rodaje, visitantes que quieren vivir el destino de su serie favorita, y mucha imagen de marca y viralización. Sin duda, la tendencia seguirá: cada afición y cada estilo de vida tiene su propio turismo.

From the festivals to cinema: FITUR represents an increasingly segmented tourism

FITUR has been adapting to an increasingly segmented tourist market for years. Hence, it is no longer a trade show, but a platform in which almost every type of tourism has its space, its exhibitors and events. And this segmented tourism is integrating into new segments, as society and tourism demands change. Interestingly, the great addition last year (festivals) and this year (cinema) are part of a new trend in the development of cultural tourism. Culture has always been a tourism generator, but these two types of more recent cultural products show the vitality of tourism, and the relevance of FITUR.

This year, cultural tourism marks a double celebration: FESTIVALS becomes livelier than ever, with the launch of the trade show's own festival, which will take place in Hall 1 during the weekend. This year, FITUR also launches its section dedicated to screen tourism, a market that is not limited to a few *Games of Thrones* fans – as no less than 80 million travellers choose their destination based on movies and television series. Screen tourism provides destinations with revenues while filming takes place, and after from visitors who want to experience the locations of their favourite film or series, as well as a strengthened brand image and viralisation.

Screen tourism, nueva estrategia de promoción para destinos de cine



¡Quién no ha pensado alguna vez, mientras ve una película o una serie: algún día me gustaría viajar a ese lugar! Ir a Nueva Zelanda, Australia o Canadá después de ver *El Señor de los Anillos*, o visitar Irlanda, Croacia e Islandia si te has enganchado a *Juego de Tronos*. El screen tourism o turismo cinematográfico forma parte de las estrategias de promoción turística de estos países, pero también de Inglaterra y Francia, y crece cada vez más en España, porque se ha convertido en un motor económico para los destinos. Según el estudio de TCI Research, 80 millones de viajeros eligen su destino basándose en películas y series de televisión; además, el número de personas que viajan a un lugar tras verlo en una película o serie se ha multiplicado por dos en los últimos 5 años.

Esta es una de las razones por la que la relación entre la industria cinematográfica y la turística es cada vez más intensa, y en FITUR han

aunado fuerzas para impulsar y promover este segmento cada vez más demandado. La nueva sección monográfica, organizada en colaboración con Spain Film Commission, FITUR CINE/SCREEN TOURISM, cuenta con un espacio en el Pabellón 2, donde se reúne la oferta de 12 organismos, la presencia de República Dominicana, un área de networking y un programa de conferencias, con importante apoyo institucional como la Secretaría de Estado de Turismo, Isabel Oliver, que abrirá las sesiones.

El desafío actual de la industria turística es desarrollar nuevos productos, y el turismo cultural y cinematográfico favorece esa diversidad al tiempo que combate la estacionalidad. Genera un triple impacto: en la economía local durante el rodaje (más del 30% del presupuesto de una producción se ejecuta en las localizaciones); en la economía local posterior al rodaje (se comercializan paquetes para conocer los lugares de rodaje); y en la imagen y reputación del destino (les da visibilidad y los posiciona en la oferta turística global, prolongando la experiencia en las redes sociales). Las perspectivas de esta modalidad de turismo cinematográfico en España son buenas y se sigue apostando por este segmento para mejorar la competitividad del país como destino tanto de rodajes como de turismo vinculado al cine y la televisión.

FITUR CINE launched to explore the power of screen tourism

Who hasn't ever thought while watching a movie or series: "someday I would like to travel to that place"? Perhaps you've thought of a trip to New Zealand, Australia or Canada after watching *The Lord of the Rings*; or visiting Ireland, Croatia or Iceland if you've been hooked on *Game of Thrones*. Screen tourism or film tourism is part of the tourism promotion strategies of these countries, but also of England, France and, increasingly, Spain. Why? Simply because 80 million travellers choose their destination based on movies and series, according to TCI Research, a figure that has doubled in the last five years.

For this reason, the relationship between the film industry and tourism is increasingly growing stronger and FITUR joins both forces to promote this segment. The result is FITUR CINE/SCREEN TOURISM, a new monographic section organ-

ised in conjunction with the Spain Film Commission. Situated in Hall 2, FITUR CINE/SCREEN TOURISM will bring together 12 organisations, including the presence of the Dominican Republic, an area for networking, and a programme of conferences, with Spain's Secretary of State for Tourism, Isabel Oliver, opening the sessions.

The challenge of the tourism industry is to develop new products. This new segment favours diversity while combating seasonality, and generates a triple impact: on the local economy during filming (more than 30% of the production's budget is spent in the set locations); on the local economy after shooting (tourist packages are sold with trips to the filming locations); and on the lasting image of the destination (giving it more visibility and prolonging its positioning on social networks, for example). The prospects for Spanish film tourism are looking good and are set to get even better in the future.



PUNTA CANA IT'S EVERYTHING YOU LOVE

The excitement of discovering a new destination together. Unique experiences for the entire family at Grand Palladium Punta Cana Resort & Spa.

Guests enjoy their stay with ***Infinite Indulgence®***.
It's all included.

- Rooms and suites with furnished balconies or terraces, a hydromassage bath and unique finishing touches.
- On the shore of one of the most beautiful beaches in the Caribbean, surrounded by coconut groves and tropical gardens.
- 6 pools, including one exclusively for adults and a water park for children.
- 14 international à la carte restaurants and 23 bars throughout the resort.
- Quality entertainment for the whole family, varying each day and night.

Join our partnership program at **PALLADIUMCONNECT.COM** to begin getting rewarded for every booking made!

For more information and bookings,
contact your preferred travel operator, visit
PALLADIUMHOTELGROUP.COM



PALLADIUM
HOTEL GROUP



GRAND PALLADIUM

PUNTA CANA RESORT & SPA

MEXICO • DOMINICAN REPUBLIC • JAMAICA • SPAIN • BRAZIL



expo vida

COSTA ADEJE

La Exposición mundial de Turismo y Salud

UN MUNDO DE TODOS

Expovida es un lugar de encuentro global, para personas de todas las edades que busquen hábitos de vida saludable, y también para los profesionales y empresas cuyo, al menos uno de sus objetivos, sea la mejora constante de la salud de las personas.

Los encuentros internacionales, que se promoverán en el entorno de Expovida, van a suponer una fuente de conocimiento a nivel mundial que sin duda van ser referentes en el establecimiento de modelos de vida saludable para cualquier persona del mundo, acorde a su edad o condición.

Estos referentes para contribuir a una mejora de la salud de las personas, contemplarán no sólo los parámetros que se tienen en la actualidad, sino que se irán añadiendo todos aquellos que se consideren esenciales conforme a los nuevos entornos de vida, siempre avalados por la comunidad científica internacional de reconocido prestigio. De este modo, Expovida será el referente de modelo de vida saludable y de conocimiento científico internacional que contribuirá al desarrollo

del entorno allí donde Expovida se exponga y pueda desarrollarse, aprovechando los recursos naturales de cada uno de los lugares.



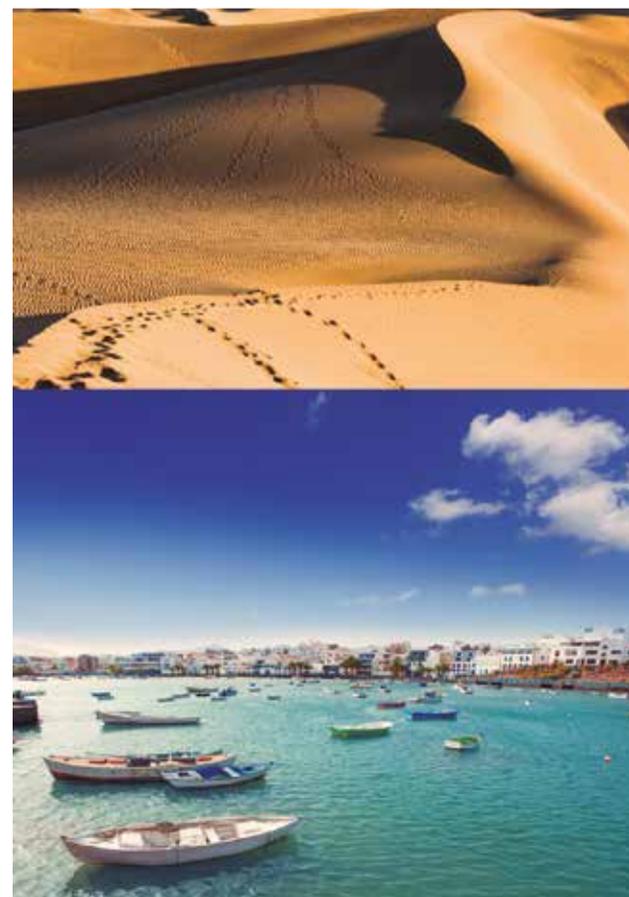
CANARIAS

Nuestro nuevo concepto de Turismo y Salud desde las Islas Canarias para el Mundo ¿por qué en las Islas Canarias?

Porque son un paraíso por descubrir, con un clima privilegiado, por la diversidad de sus paisajes naturales, por su variada gastronomía y por sus gentes acogedoras.

Las Islas Canarias se articulan como el emplazamiento ideal para Expovida por su tradición e infraestructura turística de reconocida calidad y prestigio internacional, por su ubicación estratégica y por la conectividad aérea directa con los principales mercados emisores.

Ven a vernos:
Pabellón 9,
stand 9E24



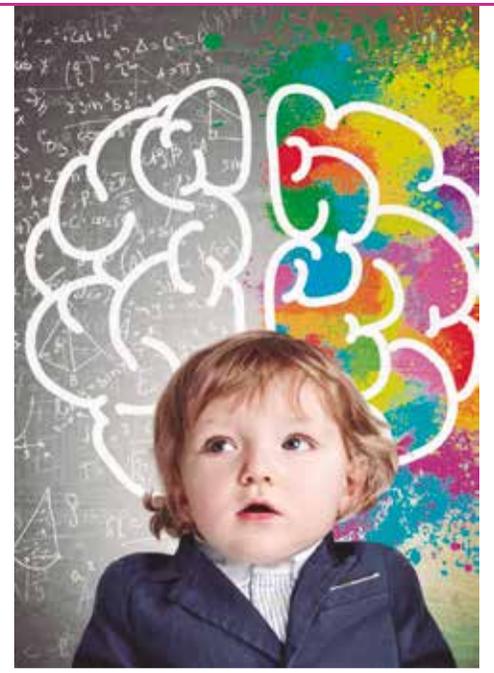


EVVA

El mayor cuerpo humano del mundo

EVVA es un colosal cuerpo humano que permitirá al visitante recorrer su interior, explorar y visualizar sus diferentes órganos y sistemas que hacen posible la vida, comprendiendo de la mejor manera su forma de funcionamiento y considerando sus aspectos en beneficio de la salud.

Al mismo tiempo, en este espacio expositivo se darán a conocer las últimas novedades en investigación y las tecnologías aplicadas a la Salud: la cirugía robótica, las inmunoterapias con células madre para tratar ciertas enfermedades o los robots humanoides capaces de interpretar el lenguaje corporal, leer las emociones, hablar, escuchar, moverse de manera autónoma y entablar una conversación.



ECCO

Formación, Prevención y Sostenibilidad

Expovida emplea instalaciones y sistemas sostenibles para ser autosuficientes y respetuosos con el medio ambiente, colaborando activamente en el desarrollo de un entorno ecológico y saludable.

Expovida promueve el papel esencial de las Denominaciones de Origen en el desarrollo sostenible y la alimentación saludable, fomentando el intercambio de conocimientos y experiencias entre productores locales e internacionales, poniendo énfasis en el valor añadido que las Denominaciones de Origen aportan a la industria agroalimentaria, siempre considerando todos los productos relativos a dichas Denominaciones de Origen soportados por los estudios científicos de prestigio que avalen su consumo como beneficioso para la salud.



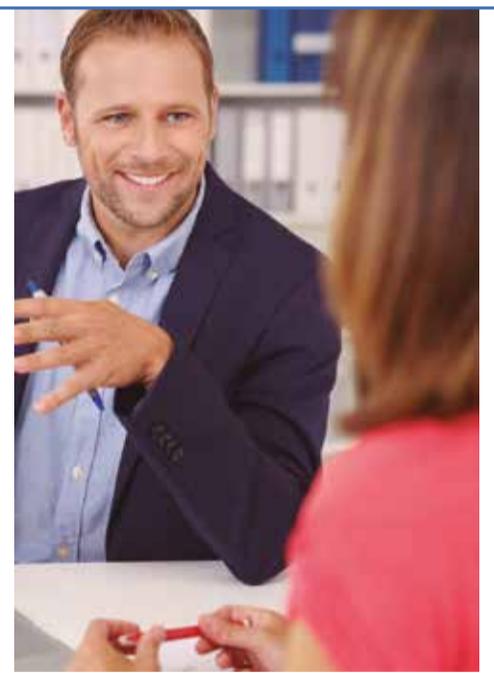
LAAB's

Nuevos hábitats para las vacaciones del bienestar

Los clientes que buscan mejorar el bienestar y calidad de vida, dispondrán en nuestros LAAB's de todos los servicios necesarios, siempre adaptados de forma ad-hoc a las necesidades de los clientes y de sus acompañantes en tal caso.

Los LAAB's son unidades adaptadas dentro de "Complejos Saludables", que cuentan con un diseño funcional, ergonómico y futurista, con asistencia médica 24h los 365 días del año, en las que se aplicarán las últimas innovaciones en medicina de tratamiento, pero también especialmente en medicina preventiva.

Disponen de instalaciones de última generación, tanto para el diagnóstico como para el tratamiento personalizado, y de profesionales altamente cualificados.



VIDA Y SALUD

Turismo y Salud en cifras

El mercado de Turismo de Salud en la EU28 se presenta estable, con un crecimiento continuado, lo que ayudará a reducir la estacionalidad turística y tendrá efectos beneficiosos en el mercado laboral y en el entorno.

El volumen de viajeros en la EU28, se estima en cerca de 61,1 MM, lo que supone un impacto económico en torno a 46,9 billones de €, es decir, el 4,6% de los ingresos totales por Turismo.

Por estos motivos, el espacio Vida y Salud se articula como el punto de encuentro de todas aquellas personas interesadas en el cuidado natural y sostenible de la Salud.

Profesionales y consumidores podrán conocer las novedades y los últimos avances que tienen a su alcance.

Vida y Salud quiere tener un papel proactivo en la divulgación de los estilos de vida saludable y sostenible. Involucra distintos campos que contribuyen a que el beneficio sea completo: la Salud, la Prevención, la Nutrición, el Bienestar...en definitiva, calidad de vida.





FITUR Festivales

FITUR FESTIVALES Sube el volumen



La música vuelve a sonar por todo lo alto en la Feria Internacional de Turismo por segundo año consecutivo. Creada el año pasado, la sección monográfica **FITUR FESTIVALES**, organizada por FITUR en colaboración con la Asociación de Promotores Musicales (APM), combina la oferta para profesionales con contenidos atractivos para el público final, en una iniciativa pensada para afianzar las conexiones entre el turismo y los festivales de música. No hay que olvidar que este segmento encadenó la cuarta subida consecutiva en facturación en 2017 y el turismo musical es un generador potente de turismo como demuestran los casi dos millones de personas que asistieron a solo 10 de los festivales musicales españoles.

El pabellón 3 será el escaparate desde el que se promocionen tanto los festivales como los destinos que los acogen. En la zona de expositores volverán a estar presentes Turismo de Valencia, Turismo de Arona, Diputación de Jaén y las Palmas de Gran Canaria, y se suma Producciones RockNRock, entre otros participantes. Completando esta inmersión en el turismo musical, la zona contará con un escenario en el que algunas empresas expositoras harán sus presentaciones y donde la APM organizará cuatro mesas redondas que abordarán los retos y oportunidades del turismo de festivales: 'Los destinos, receptores de festivales y turistas', 'Lo que ven los promotores: una oportunidad', 'Cómo afecta el turismo de

FITUR FESTIVALS turns up the volume

Music is playing a loud part at FITUR for the second year in a row. The FITUR FESTIVALS section, organised by FITUR in collaboration with the Association of Music Promoters (APM), has a big offering for both professionals and the general public. The space aims to strengthen the connections between tourism and music festivals, taking advantage of the new growth and expansion opportunities that music festivals can offer to the tourism industry. It is a segment that witnessed its

fourth consecutive year of turnover growth in 2017 and music tourism is an important part of this success, which is evident by the nearly two million people who attended just 10 music festivals in Spain.

In Hall 3, there will be the promotion of both the festivals and the destinations that host them. Some of the exhibitors present include Valencia Tourism, Arona Tourism, Jaén City Council and the Council of Las Palmas de Gran Canaria, as well as RockNRock Productions, among other music promoters. There is also a stage where some of the exhibiting companies will make their presentations and where the APM will organise four sessions.

The great new feature of FITUR FESTIVALS in this edition is the premiere of FITUR ES MÚSICA, a music festival organised by Planet Events, IFEMA and FITUR, which will be held on January 25th and 26th in Hall 1. Another reason for celebration is the 25th anniversary of the veteran music publication Mondo Sonoro, which has prepared a complete program at its stand, as well as acoustic performances and activities created by its own TV channel, MondoTV.

As festival tourism continues to grow, there is no doubt FITUR FESTIVALS is here to stay!
Hall 3

festivales a las tiqueteras' y 'La experiencia paquetizada, un camino por explorar'.

La gran novedad de FITUR FESTIVALES es que estrena FITUR ES MÚSICA, un festival musical organizado por Planet Events, IFEMA y FITUR, que se celebrará el 25 y 26 de enero, en el Pabellón 1. Otro motivo de celebración son los 25 años que cumple la publicación musical Mondo Sonoro, que ha preparado una completa programación en su stand así como actuaciones y contenidos generados por su propio canal, MondoTV.

¿Alguien tiene alguna duda de que FITUR FESTIVALES ha llegado para quedarse?
Pabellón 3



Tres preguntas a Beatriz de la Guardia, directora de comunicación de Planet Events.

¿El festival está pensado para complementar la experiencia FITUR o para un público ajeno?
Está pensado para todos los públicos (incluso pueden asistir menores de 16 años acompañados por un tutor legal). Es un festival para los amantes de la música y que también puede interesar a los asistentes de FITUR, ya que una cosa no es independiente de la otra.

¿Cuál es el objetivo y posible evolución del festival?
Su objetivo es ofrecer contenidos musicales que aporten valor a la escena cultural de Madrid, e incrementar el interés en el turismo de festivales. No se plantea como un showcase dentro de FITUR FESTIVALES, aunque nazca en ese marco. En cuanto a su evolución, esperamos que lo haga ofreciendo más actividades e incluso con un aumento de asistentes, lo que podría hacer que nos moviésemos a otro pabellón más grande.

IFEMA se está convirtiendo en uno de los principales espacios de Madrid para conciertos y festivales

¿Observa una tendencia hacia la celebración en recintos cerrados y durante todo el año?
IFEMA se está convirtiendo en uno de los principales espacios de Madrid para grandes conciertos y festivales. Como nuestro festival es en enero, resulta un recinto idóneo. Se solían organizar festivales en primavera-verano, al aire libre, pero ya hay tendencia de hacerlos durante todo el año como en otros países europeos y qué mejor manera que FITUR ES MÚSICA forme parte de ello. No olvidemos que, tal y como apunta el último estudio de la APM, el sector de la música en vivo en España facturó, en 2017, 268.2 millones de euros y concentró a alrededor de 22 millones de asistentes.

FITUR ES MÚSICA: Deja que la música comience

La dimensión experiencial de FITUR sube un peldaño más con el estreno de FITUR ES MÚSICA, que nace en el marco de FITUR FESTIVALES. Esta sección monográfica, que fue lanzada en la anterior edición de la feria, cuenta con una entrada independiente. Este evento se organiza en colaboración con Planet Events y Disorder, y el apoyo mediático de Radio 3 y de Mondo Sonoro. Este festival de música

urbana y alternativa dispondrá de un despliegue técnico digno de festivales consagrados: más de 80.000 vatios de sonido en un espacio de 5.400 m2, 100 aparatos que lograrán una iluminación espectacular y más de 100 m2 de pantalla LED. Habrá también una zona chill out con food-trucks y activaciones de marca con posibles patrocinadores.



PLANEA TU RUTA DE FESTIVALES CON GOLDCAR

Reserva tu coche en www.goldcar.es y llévate un **10% de descuento** con el

CÓDIGO: FESFIT19



Me gusta



2019
(Fitur)
PABELLÓN 3 – STAND 3B03



República Dominicana
Lo tiene todo
GoDominicanRepublic.com



(Fitur)

Know-how & Export

La inteligencia turística y los destinos inteligentes, en el menú de FITUR Know-How & Export



Hay mucha excelencia turística en España y FITUR le da una plataforma única para que se comunique y difunda a través de una fructífera colaboración con SEGITTUR. Esta séptima edición de FITUR Know-How & Export se anuncia más fuerte que nunca, con una zona que simula un destino inteligente, talleres y concursos de tecnología...

La inteligencia turística y los destinos inteligentes centrarán esta VII edición. FITUR Know-How & Export contará con un espacio expositivo de 1.600 m², en el que se simulará un destino inteligente, donde las tecnologías vinculadas con la transformación digital serán protagonistas. Allí, 40 expositores presentarán sus soluciones más innovadoras en gestión hotelera, consultoría, promoción, comercialización, nuevos productos y servicios, etc.

Además, se organizará por tercer

año SEGITTURLab, un laboratorio de ideas en el que se desarrollarán varios talleres para profesionales del turismo, sobre chatbots, inteligencia artificial y mujeres en tecnología y turismo, entre otros. También incluye un servicio de asesoramiento con organismos multilaterales, gracias a la colaboración del ICEX.

El programa de Smart Talks analizará distintos aspectos vinculados con la inteligencia turística y los destinos inteligentes, y se celebrará junto con la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas una sesión para analizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y su aplicación en el sector turístico.

Finalmente, se entregarán los premios del concurso AppTourism Awards 2019, organizado por SEGITTUR y FITUR, y los premios del I concurso de chatbots turísticos.

Tourist intelligence and smart destinations on the FITUR Know-How & Export menu

Spain is renowned for tourism excellence, and FITUR gives the country a unique platform to communicate this excellence, through its fruitful collaboration with SEGITTUR. This seventh edition of FITUR Know-How & Export returns stronger than ever, with workshops, technology awards and an area built to simulate an "intelligent destination".

Tourist intelligence and smart destinations will be the focus of this seventh edition. FITUR Know-How & Export will have an exhibition space of 1,600 sq.m, in which a simulation of an intelligent destination will be set up, comprising of the latest technologies linked to the digital transformation. The space will also be home to 40 exhibitors, who will present their most innovative solutions in hotel management, consulting, promotion, marketing, new products and services.

In addition, SEGITTURLab will be organised for the third year. In this laboratory of ideas, tourism professionals can avail of several workshops on chatbots, artificial intelligence, women in technology and tourism, among others. SEGITTURLab will also have an advisory service with multilateral organisations, thanks to its collaboration with ICEX.

Meanwhile, the Smart Talks programme will analyse different aspects related to tourism intelligence and smart destinations, and a session will be held together with the Spanish Network of the United Nations Global Compact to evaluate the Sustainable Development Goals and their applications in the tourism sector.

Finally, the winners of the AppTourism Awards 2019 will be revealed, as well as the prizes for the first Tourist Chatbots competition.

FITUR Mindful Travel, una nueva forma de experimentar los viajes

Más allá del turismo slow y responsable, el turismo mindful busca la conexión entre lo material y lo espiritual, la desconexión tecnológica y el bienestar global. Por primera vez, FITUR contará con un espacio (en colaboración con la asociación sin ánimo de lucro Mindful Travel Destinations) en el que se dará a conocer esta forma de viajar que mejora la vida del turista y la del destino. Pero, ¿qué es lo más curioso? Que se está dentro del espacio FiturTechY. Parece una contradicción, pero, en realidad, la tendencia es que cuanto más tecnología utilizamos, más valoramos otras inteligencias como la emocional y el contacto humano. Mindful Travel tendrá cada año un "Destino Comprometido Oficial" que en esta primera edición será Costa Brava-Pirineo de Girona.

En esta iniciativa participan destinos, empresas y entidades comprometidas que presentarán

las tendencias y oportunidades que están surgiendo en torno a esta forma de turismo consciente y transformador. En realidad, no se trata de un tratamiento de mindfulness puro, sino más bien de una manera de viajar buscando el equilibrio y el bienestar físico, emocional y espiritual. Esta tendencia también la vemos cada vez más en los eventos con actividades que apuestan por los baños de bosque y de silencio, sesiones de mindfulness, meditación y todo lo relacionado con el wellness.

En FITUR Mindful Travel habrá más iniciativas relacionadas con los diversos componentes del turismo mindful como la gastronomía saludable, el consumo responsable, el bienestar basado en la naturaleza, la terapia con animales, el senderismo consciente, la interpretación del patrimonio y la recuperación de las tradiciones rurales, entre otros.

Un evento para dar visibilidad a proyectos que comienzan a surgir



en este campo (como el caso de Trails for Peace) y convertir la feria en un espacio para compartir este tipo de experiencias turísticas cuyo objetivo es transformar de manera positiva a las personas y a los destinos. El programa de actividades comienza el jueves 24 de enero a las 12.00h, en las salas de Ifema Norte, con una presentación oficial a profesionales, en el marco del 11º Foro de Turismo Responsable organizado por el Centro Español de Turismo Responsable, en colaboración con AEPT (Asociación Española de Profesionales del Turismo), y en alianza con Mindful Travel Destinations. Durante el fin de semana, en la zona FITUR Know How del pabellón 10, habrá actividades y mesas redondas sobre temáticas como hoteles y actividades mindful, trails for peace, destinos que organizan este tipo de experiencias, etc.

Costa Brava-Pirineo de Girona es el primer "Destino Comprometido Oficial" que cuenta con este tipo de oferta turística y apoya iniciativas de las empresas que lo desarrollan. Este destino ya trabaja el Mindful Travel con un grupo de empresas y estará presente, junto a otros destinos y entidades, en el espacio Mindful Travel Square.

Jueves 24 de enero, 12:00 - 14:00, Sala N109 Puerta Norte de IFEMA (No es necesario entrada a FITUR) Se presentará oficialmente a los profesionales el FITUR Mindful Travel, en el marco del 11º Foro de Turismo Responsable, organizado por el Centro Español de Turismo Responsable en colaboración con AEPT-Asociación Española de Profesionales del Turismo, y en alianza con la asociación sin ánimo de lucro Mindful Travel Destinations.

Sábado 26 y Domingo 27 de enero FITUR Mindful Travel tendrá un espacio en FITUR Know How (pabellón 10), en el que se realizarán actividades y mesas redondas sobre diferentes temáticas como experiencias mindful travel: Hoteles, Mindful o la red de senderos trails for peace. Además, los destinos que están trabajando en este segmento aportarán información sobre este tipo de experiencias.

INVESTOUR celebra su X Aniversario

Es un continente de grandes promesas, con atractivos naturales, tradicionales, climáticos espectaculares... pero también con mucho terreno por conquistar. Con la idea de estimular y facilitar la inversión en este continente, nació hace 10 años Investour, foro de inversiones y negocios turísticos en África. Para su décimo aniversario, se anuncia una gran edición de Investour, empezando con una alta representación institucional: más de una veintena de Ministros de Turismo de distintos países africanos, además de Jefes de Delegación. Se han registrado un total de 384 participantes de 55 países, y se presentarán 47 proyectos de 15 países de África con la idea de facilitar la inversión en los mismos.

Además, el evento tiene una carga formativa importante: abordará, este jueves, algunos de los temas más pertinentes para el continente africano; 'La seguridad y fluidez de los viajes en África'

y 'La adopción de la transformación digital, la innovación y la promoción de los productos turísticos de nicho'. A ello se sumarán encuentros B2B (empresa a empresa), que servirán para poner en contacto a los agentes del sector turístico africano con empresas españolas e internacionales con interés en invertir y desarrollar proyectos en este destino.

Precisamente este es uno de los aspectos críticos para el desarrollo del turismo en África, que se abordará a lo largo de esta mañana, poniendo el acento en aspectos hoy imprescindibles como la seguridad y fluidez de los viajes, así como la transformación digital, la innovación y la promoción de los productos turísticos de nicho.



BUYER TALK



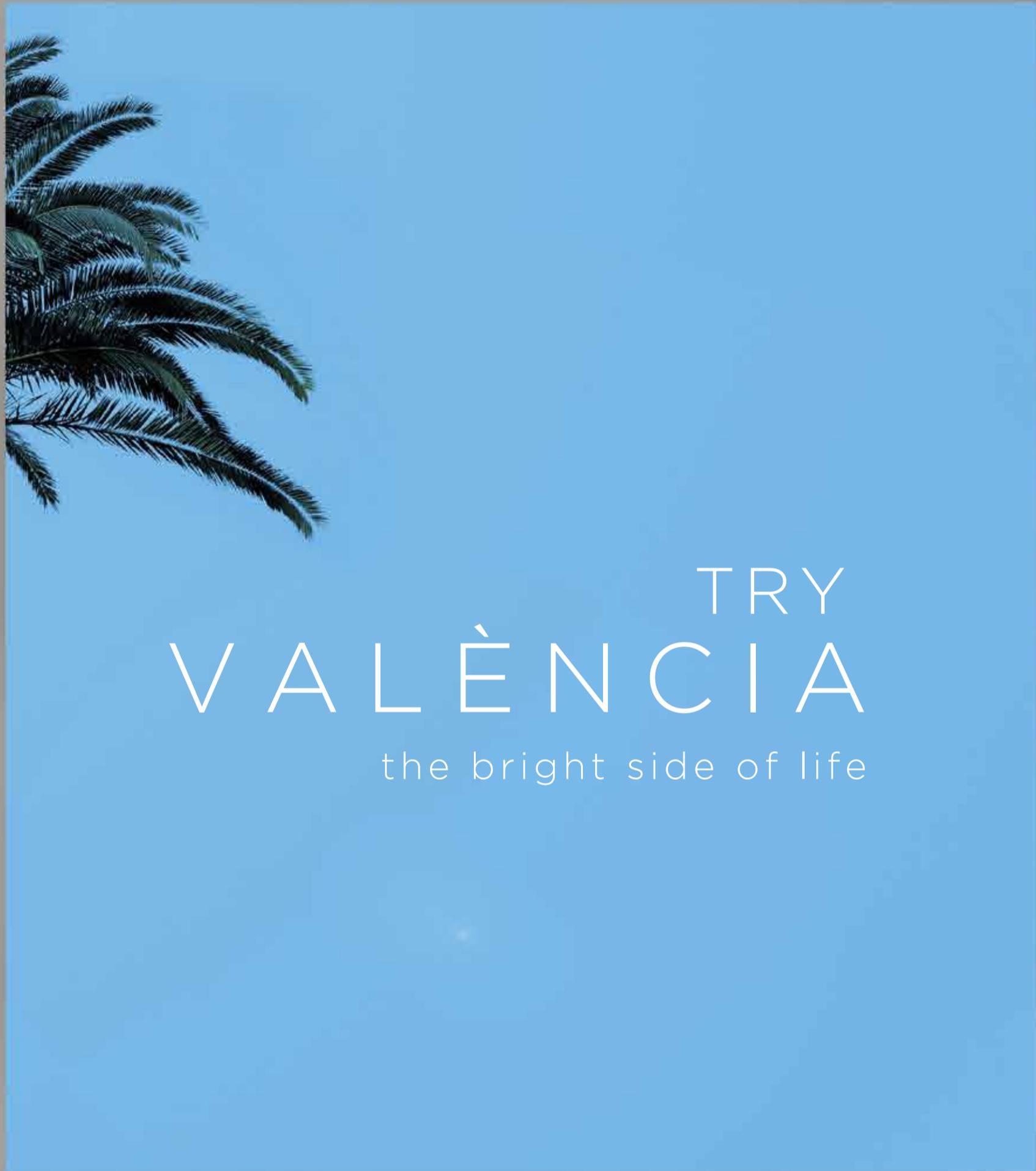
Ali Bilgrami, regional product director, Europe & Americas, TBO Holidays

Why FITUR? FITUR is a very useful trade show that promotes meaningful networking and provides us the opportunity to

meet with key decision makers from existing and potential hotel partners through pre-scheduled appointments. These partners help to efficiently cater to the needs of our 46,000+ travel agent partners globally.

You are more than your job.
You are more than your mortgage.
You are more than your brand new car, more than your latest iPhone model,
more than your prettier Instagram photo or than your virtual friends.
You are more than they told you to be, what they expected you to be.

You are the life you choose and its moments.



*València
València
Turisme



Patronat Provincial de Turisme de València

f valenciaturisme
@valenciaturisme
@valenciaturisme

www.valenciaturisme.org





(Fitur) salud

FITUR SALUD, más fuerte que nunca



Esta quinta edición de FITUR SALUD evidencia el creciente interés por este segmento que engloba el turismo médico y el de bienestar. Según el International Healthcare Research Centre, el crecimiento global del turismo médico será del 25% durante los próximos diez años. Esta misma fuente prevé un escenario donde el 3-4% de la población mundial realizará viajes internacionales para recibir tratamientos. Carlos Abella, director gerente de Spaincares, coorganizadores de FITUR SALUD, señala que “estas tendencias nos animan a continuar con la labor del desarrollo de este segmento y a ayudar a nuestro país y a las empresas españolas, a convertirse en referentes del turismo de salud a nivel mundial”.

En 2016, según el Medical Tourism Index, España ocupaba en Turismo de Salud la 11ª posición del mundo, con un volumen de negocio de 500 millones de dólares. El objetivo, en palabras de Abella, es “posicionar el país como ‘top of mind’ en este segmento: atraer turistas, incrementar los servicios hoteleros con la llegada de nuevos turistas y

generar nuevas oportunidades para todos los actores del sector turístico”. Considera, asimismo, que el crecimiento de Europa como mercado emisor es una excelente noticia para España puesto que “el mayor potencial de captación de este tipo de pacientes se sitúa en torno a las 3-6 horas de vuelo”.

FITUR SALUD cuenta con un área B2C donde los expositores desarrollarán una muestra de los servicios que ofrecen, desde técnicas para eliminar grasa sin cirugía hasta un análisis de metales pesados y minerales en el organismo denominado Oligoscan. Spaincares organizará, junto con IFEMA, un encuentro B2B donde los expositores podrán reunirse con una selección de compradores internacionales interesados en turismo de salud y un ciclo de conferencias. El primer día se destinará casi totalmente al sector de los balnearios, y el segundo, a la experiencia internacional donde se abordarán temas como los mitos y leyendas del negocio de turismo médico o los aspectos legales del trasplante de órganos. Pabellón 8

FITUR HEALTH, stronger than ever

This fifth edition of FITUR HEALTH highlights the growing interest in this segment that includes medical tourism and wellness. According to the International Healthcare Research Centre, the overall growth of medical tourism will be 25% over the next ten years. This same source envisions a scenario where 3-4% of the world population will make international trips to receive treatments. Carlos Abella, managing director of Spaincares, co-organisers of FITUR HEALTH, points out that “these trends encourage us to continue with the work of developing this segment and to help our country and Spanish companies become benchmarks for health tourism at the global level.”

In 2016, according to the Medical Tourism Index, Spain occupied the 11th position in Health Tourism in the world, with a turnover of 500 million dollars. The goal, in the words of Abella, is “to position the country at ‘front of mind’ in this segment: attracting tourists, increasing hotel services with the arrival of new tourists and generating new opportunities for all actors in the tourism sector.” It also considers that the growth in Europe as an issuing market is excellent news for Spain, given that “the greatest potential for capturing this type of patients is around 3-6 flight hours”.

FITUR Health has a B2C area where exhibitors will present examples of the services they offer,

from techniques to eliminate fat without surgery to an analysis of heavy metals and minerals in the body called Oligoscan. Spaincares, together with IFEMA, will organise a B2B meeting where exhibitors can meet with a selection of international buyers interested in health tourism, as well as a series of conferences. The first day was dedicated almost entirely to the spa segment, the second, to international experience, where topics such as the myths and legends of the medical tourism business or the legal aspects of organ transplantation will be addressed.

Hall 8

Ayunar te beneficia, aunque no lo creas



La **Clínica Buchinger** ha realizado un estudio científico que prueba los beneficios del ayuno terapéutico. Ha sido dirigido por la Doctora Françoise Wilhelmi de Toledo y, entre otros, el equipo de Clínica Buchinger Wilhelmi del lago de Constanza. Los resultados del mismo concluyen que el ayuno es seguro y terapéuticamente eficaz, a la vez que fomenta el bienestar tanto físico como emocional.

Esta clínica asegura que el programa de ayuno Buchinger Wilhelmi que ofertan a los huéspedes y pacientes es “una manera segura de prevenir enfermedades propias de la edad y de tratar trastornos crónicos del metabolismo, incluidos problemas de sobrepeso”. En el mismo se incluye una dieta diaria a base de sopas y zumos de frutas ecológicas y va acompañada de ejercicio físico en un entorno que favorece el sosiego y la introspección. El programa

combina el seguimiento del ayuno con la medicina integrativa y múltiples impulsos para la mejora del estilo de vida.

Stand 5B08

Algunos de los productos más destacados del **Grupo Policlínica**, según demanda del turismo de salud o por la excelencia de los mismos, son la cirugía de la obesidad, el implante capilar y la estancia senior.

Stand 8B12

Dos hospitales de **Vithas**, el Vithas Xanit Internacional (Benalmádena) y el Vithas Internacional-Nuestra Señora de América (Madrid), han logrado la acreditación más exigente del mundo: el certificado a la calidad y la seguridad de los pacientes otorgado por la Joint Commission International.

Stand 8C20

GRUPO POLICLÍNICA: Salud, Belleza y Bienestar en Ibiza Visítenos en el Pabellón 8 (stand 8B12)

- Cirugía de Obesidad
- Cirugía de Cataratas
- Chequeos médicos
- Salud y Deporte
- Fisioterapia y Rehabilitación
- Recuperaciones y postoperatorios

- Turismo senior
- Implante Capilar
- Rejuvenecimiento facial
- Remodelación corporal
- Cirugía Plástica y Medicina Estética



POLICLINICA NTRA. SRA. DEL ROSARIO

Sa residencia
Casa para mayores
Estás en casa

EIVIESTETIC

Expovida 2020 avanza en Tenerife y da el salto a América Latina



Expovida es un proyecto con mayúsculas en el mundo del turismo de salud. Presentado el año pasado en FITUR, ya va tomando cuerpo e, incluso, salta a otro continente. ¿De qué se trata? Expovida arrancará con lo que se presenta como “la mayor exposición europea de turismo y salud” en 2020, que se completará con resorts de salud generacional, residencias con varios niveles de servicios de salud, complejos temáticos en colaboración con instituciones y empresas donde se ofrecerán varios tipos de cuidados.

La sede de este ambicioso pro-

yecto es Costa Adeje, en Tenerife, y el proyecto de exposición incluye varias zonas. Life&Health será un gran showcase de proyectos de salud donde se facilitarán los contactos con inversores. Laab será la parte residencial donde los turistas podrán disfrutar de vacaciones en clave de wellness. Evva será la impactante musa de este proyecto, un enorme cuerpo de mujer, en cuyo interior habrá una exposición de 1.600m2 sobre salud, que permitirá ver el cuerpo humano desde dentro. Origen dará a conocer productos orgánicos y sanos, con po-

sibilidad de encuentros entre productores, distribuidores y clientes. Finalmente, Ecco será un entorno donde disfrutar de las Islas Canarias a nivel de sostenibilidad. El espacio se completa con un auditorio.

¿Por qué Canarias? “Las Canarias son la mejor ubicación para Expovida por su tradición turística reconocida y sus excelentes conexiones”, comenta José Luis Certero, fundador de la iniciativa. Y después de Tenerife, ya está definida la sede de la próxima edición: será en Cuba, dos años más tarde. Stand 9E24



El Turismo de Salud balear basa su éxito en los SET

El director de la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (AETIB), Jaume Alzamora, junto con el presidente del Segmento Estratégico de Turismo de Salud y Bienestar, Antoni Fuster, han explicado en el marco de FITUR SALUD las claves en las que basan su estrategia en este segmento.

El producto de salud y bienestar, con el que se pretende diversificar la oferta y desestacionalizar el archipiélago balear, se trabaja desde los SET (Segmentos Estratégicos Turísticos), una fórmula de colaboración público-privada en la que intervienen diversas comisiones que planifican las estrategias en todos los ámbitos. Parte de la financiación de las mismas, ha remarcado Alzamora, proviene del ITS (Impuesto de Turismo Sostenible). Desde 2016, se han invertido 2,5 millones de euros procedentes de ese fondo. Fuster, por su parte, considera que la colaboración de las empresas privadas y el gobierno balear es clave en el éxito del turismo de salud. Stand 8B33

BUYER TALK



Yoshiyuki Tanaka, director, Tabu Concier

Why FITUR? At FITUR, what is attractive to us is the possibility of finding new information about Spain. Among the players we are meeting, there are travel agencies which are familiar with the local travel industry in each region. My objective at FITUR is to develop new travel products, take courses, arrange meetings and verify costs. FITUR enables direct business negotiations and saves time as well as money.



El Norwegian Encore se inaugurará en octubre de 2019



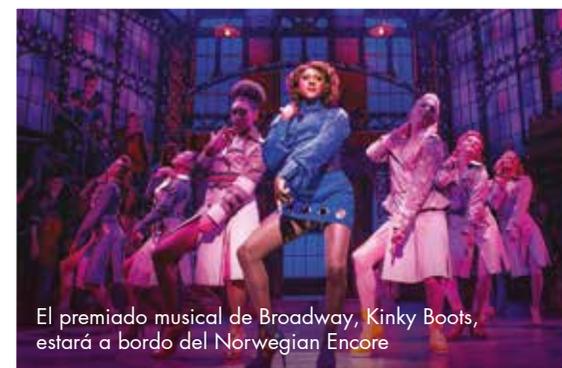
Viaja y disfruta sin costes extra con Premium All Inclusive



Amsterdam, puerto base del Norwegian Pearl



Siéntete libre con más de 28 opciones gastronómicas a bordo



El premiado musical de Broadway, Kinky Boots, estará a bordo del Norwegian Encore

PRESENTE Y FUTURO DE NCL EN EL MERCADO DE LOS CRUCEROS

Entrevista con Kevin Bubolz, Managing Director Europe de NCL

NCL ES LA TERCERA COMPAÑÍA DE CRUCEROS MÁS GRANDE DEL MUNDO, PERO EN EUROPA ES UNA EMPRESA NICHO EN ESTE SECTOR. ¿CÓMO SE PUEDE EXPLICAR ESTA SITUACIÓN?

Se debe principalmente a que contamos con proveedores locales fuertes en Europa, por lo que es natural que nosotros, como compañía de cruceros internacionales, tendamos a ser una empresa nicho en el sector. Sin embargo, la demanda de alternativas internacionales está aumentando y, por lo tanto, hemos podido expandir constantemente nuestra posición en Europa en los últimos años. A partir de mayo, el Norwegian Pearl llegará a aguas

europas, siendo el sexto barco que navegará por este continente, llevando a cabo la mayor oferta en la historia de NCL en Europa.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES DIFERENCIAS RESPECTO A SUS COMPETIDORES?

Lo que nos diferencia de la competencia es nuestro concepto Feel Free que permite a los pasajeros disfrutar de un crucero a su aire, sin horarios ni códigos de vestimenta, con el objetivo de que disfruten sus vacaciones en libertad y con la mayor flexibilidad posible. Todos nuestros barcos incluyen una oferta gastronómica con 28 restaurantes a bordo aptos para los paladares más exigentes; una serie de camarotes que se adaptan a todo tipo de gustos modalidades de alojamiento, como estancias familiares, dobles o para solteros, gracias a sus es-

tudios; así como el moderno complejo exclusivo de suites The Haven, el novedoso concepto un barco dentro de otro barco, para los pasajeros que apuestan por vacaciones con el máximo confort y lujo.

¿QUÉ ASPECTOS DESTACADOS DE NCL NOS ESPERAN ESTE AÑO?

Lo más destacado será la inauguración de Norwegian Encore, que contará con algunas experiencias asombrosas a bordo, como una pista de e-karts de 350 metros con secciones que se extenderán hasta 4 metros sobre los laterales del barco; un circuito de láser tag al aire libre; y una zona llamada Observation Lounge, con vistas panorámicas al mar de 180 grados. Por otro lado, el entretenimiento nocturno será de gran nivel gracias al musical de Broadway ganador de un premio Tony Award®, „Kinky Boots“, que celebra su estreno en el mar.

Italia celebra su año Da Vinci



Las celebraciones en Italia tendrán este 2019 un claro protagonista porque se cumple el V Centenario de la muerte de Leonardo da Vinci. El extenso programa de exposiciones, eventos y congresos en la región de Lombardía, Piamonte y Toscana no dejará ninguna faceta del artista sin conocer.

El segundo motivo de festejo es que Matera ha sido seleccionada como Capital Europea de la Cultura 2019. La ciudad de los 'sassi', o casas excavadas en piedra caliza, ofrecerá al viajero decenas de eventos en sus galerías, talleres y restaurantes.

Por último, este año se cumple el centenario del ENIT, el Organismo Oficial Italiano para el Turismo. Esta entidad de promoción acude a esta edición de FITUR con las regiones de Calabria, Campania, Emilia Romagna, Sardeña, Sicilia, Véneto y la República de San Marino. En su stand propondrán a los visitantes realizar viajes virtuales a través de unas gafas y la aplicación Italy VR, una nueva app que permite la visualización 360 grados y virtual. Stand 4D04, 4F02

Italy celebrates its Da Vinci year

The celebrations in Italy will have a clear protagonist in 2019 with the fifth centenary of the death of Leonardo da Vinci being commemorated. The extensive programme of exhibitions, events and congresses in the region of Lombardy, Piedmont and Tuscany will not leave any facet of the artist unacknowledged.

The second reason for celebration this year: Matera has been selected as the European Capital of Culture 2019. The city of the 'sassi' (houses dug into limestone) will offer the traveller dozens of events in its galleries, workshops and restaurants.

Finally, 2019 also marks the centenary of ENIT, the Official Italian Agency for Tourism. This year ENIT comes to FITUR to promote the regions of Calabria, Campania, Emilia Romagna, Sardinia, Sicily, Veneto and San Marino. At their stand they will offer visitors virtual trips with Italy VR, a new app that allows 360-degree, virtual viewing. Stand 4D04, 4F02

Gaudí, la nueva estrella de León



La ciudad española de León se enfrenta este 2019 al emocionante reto de poner en valor su historia a través de un nuevo proyecto: 'El León de Gaudí. Ruta Urbana de Modernismo'. Con esta iniciativa se dará a conocer su legado modernista artístico y arquitectónico. En dicho recorrido se contempla la Casa Botines, una de las escasas obras que Antonio Gaudí realizó fuera de Barcelona, y el Museo Gaudí, que contará con una aplicación móvil que permitirá realizar la ruta con audioguías, en varios idiomas, y contenidos gráficos, y que estará disponible para iOS y Android.

A nivel artístico, el año estará marcado por las novedades del Museo Gaudí, que tendrá tres

nuevas salas con obras de artistas como Goya o Dalí, y por la apuesta contemporánea del MUSAC, un espacio interesante tanto por sus exposiciones y actividades como por el edificio en sí mismo.

El Camino de Santiago continúa siendo otra de las apuestas fuertes de esta ciudad. Dentro del casco urbano, este itinerario religioso recorre lugares tan representativos como la iglesia de Santa Ana, el convento de las Concepcionistas, el albergue de peregrinos del convento de las Carbajalas, la Catedral y la Casa Botines. La ciudad también es punto de partida para conocer la provincia y lugares tan conocidos como Astorga, el Parque Nacional de los Picos de Europa o la ciudad de Ponferrada. Stand 7B02

Tokio se prepara para los Juegos Olímpicos 2020



Con los Juegos Olímpicos Tokio 2020 a la vuelta de la esquina, la capital japonesa se encuentra en pleno desarrollo urbano y reacondicionamiento de instalaciones. Entre las novedades que está previsto que finalicen en el área de Shibuya en 2019 se encuentra la construcción del rascacielo Shibuya Scramble Square, de 230 metros de altura, que contará en su tejado con una terraza mirador de 3.000 m² a la que podrán acceder los visitantes.

Tras tres años de reforma, reabrirá sus puertas el complejo comercial Shibuya PARCO. Este centro de moda y de cultura de 1973 aparecerá con una imagen actualizada, más tiendas, un teatro, librerías y galerías de arte. En otras zonas como Shinjuku

se está mejorando la accesibilidad en torno a la estación de tren con la construcción de una plataforma peatonal conectada directamente con los edificios colindantes.

Además de edificios y comunicación, otro sector que se está potenciando es el del alojamiento, que aumentará sus plazas cuando se inauguren hoteles como Muji Hotel Ginza, el primer establecimiento de esta conocida marca japonesa, o se reabra bajo un nuevo nombre, en septiembre, The Okura Tokyo, que destacará por su atmósfera clásica japonesa.

En poco más de un año podremos ver la imagen definitiva que la capital nipona ofrecerá al mundo como sede olímpica. Stand 6C29

Finlandia se centra en el mercado español



Visit Finland vuelve a España por la puerta grande: con stand en FITUR, después de 10 años, y representación turística en el país, tras 8 años de ausencia. Las buenas cifras de crecimiento del mercado español y su amplia oferta para 2019 son las que han impulsado tal decisión. Su promoción se centrará, además de en Laponia y Helsinki, en otras zonas menos conocidas como la Región de los Lagos.

Entre las novedades que presenta Finlandia para el año en curso se encuentra el nombramiento de Helsinki como Smart Tourism Capital 2019. Con este reconocimiento se premia su red de infraestructuras y de transporte público, su calidad de vida, el

sistema educativo y su apuesta por el diseño y la cultura, entre otras cosas. También abrirá un nuevo hotel: Lapland Hotels Bulevardi, donde se podrá vivir una experiencia lapona sin salir de la capital. Además de Helsinki, Finlandia cuenta con otras ciudades que también destacan como Tampere, designada Capital Mundial de la Sauna, y Turku, que se ha ganado una buena reputación como destino gastronómico.

No se puede olvidar tampoco que durante 2018 se sucedieron diversas aperturas como el museo Amos Rex, que expondrá la obra de René Magritte hasta mayo, y Oodi, la gran Biblioteca Central, un espacio multidisciplinar que espera recibir anualmente unos 2,5 millones de visitantes. Stand 4D07B

Tokyo prepares for the 2020 Olympic Games

With the Tokyo 2020 Olympic Games just around the corner, the Japanese capital is undergoing full urban development and refurbishment. Among the novelties that are scheduled in 2019 is the finalisation of the Shibuya area, which includes the construction of the Shibuya Scramble Square, a 230 metre-high skyscraper offering visitors a viewing terrace of 3,000 sq.m.

After three years of renovation, the Shibuya PARCO shopping complex will also reopen. This 1973 fashion and culture centre is set to reappear with an updated image, more stores, a theatre, bookstores and art galleries. In other areas such as Shinjuku, accessibility around

the train station is being improved with the construction of a pedestrian platform directly connected to the surrounding buildings.

Another segment that is being strengthened ahead of the Olympics is accommodation. Room keys will be increased thanks to the inauguration of new hotels such as Muji Hotel Ginza, the first establishment of this well-known Japanese brand, and The Okura Tokyo, a hotel being reopened under this new name in September that will stand out for its classic Japanese ambience.

In little more than a year we will be able to see the definitive image that the Japanese capital will offer to the world as an Olympic venue. Stand 10E16



Annie Lilianne Brigard, director, Ab Travel Consulting Ltd

BUYER TALK

Why FITUR? I have been attending FITUR for a number of years. It offers a great opportunity to catch up with our partners and to learn about their new products and projects. I am especially interested in the Americas, Southern Europe and their links to and from the UK.



San Miguel de Allende, declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, ha sido elegida como Capital Americana de la Cultura 2019. Con este nombramiento, México ocupa el primer lugar en cuanto a número de ciudades que han conquistado este galardón. Dicho reconocimiento contribuirá a dar a conocer los atractivos culturales y artísticos de esta población de **Guanajuato** gracias a las campañas turísticas que tendrán lugar en 45 países del mundo. El nombramiento fue anunciado por el Bureau Internacional de Capitales Culturales, un organismo acreditado ante la Organización de los Estados Americanos (OEA) cuyo objetivo es mostrar el patrimonio cultural de las ciudades, fomentar el turismo y generar cooperación entre las capitales del mundo. Stand 3C01

San Miguel de Allende, declared a World Heritage Site by UNESCO, has been chosen as the American Capital of Culture 2019, and as such, Mexico can now boast of being number one in terms of the number of cities that have been granted this title. This recognition will also support the promotion of the art and cultural attractions of **Guanajuato**, which is undertaking tourism marketing campaigns in 45 countries around the world. The nomination was announced by the International Bureau of Cultural Capitals, a body accredited to the Organisation of American States (OAS), whose objective is to promote cultural heritage, tourism and cooperation between the nominated culture capitals around the world. Stand 3C01



Bañada por las aguas del océano Pacífico y el mar Caribe, **República Dominicana** posee un corazón verde. Con 128 áreas naturales protegidas, que incluyen 15 reservas naturales, 32 parques nacionales y lugares singulares –como el cenote del Hoyo Azul, el Parque Nacional Los Haitises o la Reserva Científica Ébano Verde–, el país aspira a diversificarse hacia el ecoturismo. Stand 3A05;3A07;3B03

Surrounded by the waters of the Pacific Ocean and the Caribbean Sea, the **Dominican Republic** is an eco-tourist's paradise, filled with mangroves, lagoons and cenotes, coral reefs, marine sanctuaries, lush forests and mountain ranges. With 128 protected natural areas, including 15 nature reserves, 32 national parks, sites such as the cenote del Hoyo Azul, Los Haitises Natural Park in Samaná Bay, and the Ebano Verde Science Reserve, the country aspires to diversify towards ecotourism. Stand 3A05;3A07;3B03

Alicante ha sido designada por la Real Academia de la Gastronomía como la Capital Gastronómica del Mediterráneo 2019, un honor que comparte con Beirut. Durante este año realizará un congreso sobre salud y dieta mediterránea, salones temáticos y ferias gastronómicas. Stand 7B01



China permite stopovers de 144 horas en cinco ciudades más. Estos nuevos destinos que el viajero podrá visitar durante casi una semana son: Qingdao, la mayor urbe portuaria de la provincia de Shandong; Xiamen, una población costera de la provincia de Fujian; Wuhan, la capital de la provincia de Hubei; Chengdu, capital de la provincia de Sichuan; y Kunming, capital de la provincia de Yunnan. A los pasajeros que lleguen a Qingdao también se les permitirá moverse por toda la provincia de Shandong. En las ciudades de Shanghai, Beijing, Guangzhou y Shenzhen ya se aplicaba esta política de tránsito durante 6 días. Stand 6D05

A beauty to treasure

Te esperamos en FITUR
Pabellón 4

www.italia.it
#treasureitaly

ITALIA





Malaysia on route to meeting 2020 objective



Malaysia, the country which claims to truly embody Asia thanks to its diversity (remember “Malaysia, Truly Asia”?), is betting big on tourism. An indication of tourism’s importance is the presence of its Minister of Tourism, Arts & Culture, Hon. Datuk Mohamaddin Ketapi at FITUR, who spoke with FITUR Daily about the importance of tourism and the latest news from Malaysia regarding the sector.

The latest tourism figures in Malaysia are looking good. What are the main drivers of this growth?

We are very active in our promotional actions. For instance, we were the Official Partner Country at ITB Berlin 2019. We also have programmes like Visit Melaka 2019 and Visit Sarawak 2019, which stress the interest of these destinations. We will also host the 5th World Tourism Conference from August 26th-28th,

2019, a key world event in tourism organised with the UNWTO.

In terms of products, cruise activity is growing, especially thanks to TUI having lines stopping in Langkawi. And very importantly, we have been improving connectivity to Malaysia through partnerships with airlines and tour operators, and incentives by the government for airlines and tour operators in which we help them with joint advertising, promotion across platforms and fam trips.

What about Spain?

Connectivity is very good now with 126 weekly flights. And we see the number of visitors increasing strongly: visitors in the first 9 months of the year went from 27,400 in 2017 to 33,900 in 2018, representing more than a 23% increase. Spain is a very important market for us.

Your key initiative now is the Visit Malaysia 2020 programme. How is this going?

We are on route to meeting our objective of 30 million visitors by 2020. We will continue to use “Malaysia, Truly Asia”, which embodies the spirit of racial diversity and unity. We will keep very active in travel shows such as WTM and ITB. Also, we believe our success is the collective effort of all those in our industry, so we help our trade partners in a new manner: the state is not the sole financier, but it rather helps companies that invest, by matching their investment. We also help a lot with training programmes. Finally, we are constantly innovating our marketing strategies.

In terms of touristic products, we have seen the country capitalising on its natural resources...

Indeed, eco-tourism is a key highlight of our strategy. Malaysia is one of the world’s top 12 bio-diversity countries and our tourism must be a way to experience this. And we embrace responsible travel: under the ‘Homestay Malaysia’ programme, you can even live with a local family and experience their daily life in the countryside. Travellers can also participate as conservationists, share their rice bowl with like-minded adventurers and immerse themselves in a meaningful project. We want tourism to leave a positive mark on the local community.

Stand 6A11



El bacalao y el spa

Islandia, un destino consolidado como paraíso de la aventura y de la naturaleza, quiere conquistar al viajero con dos productos que hasta ahora no se identificaban con la isla: la gastronomía y el wellness. A través del gastroturismo podremos conocer las delicias culinarias islandesas, con el bacalao como estrella de los fogones, y el compromiso de los cocineros del país con el producto local de temporada.

Para disfrutar de los beneficios del wellness podremos elegir entre visitar instalaciones al aire libre como piscinas termales y pozos volcánicos o bien optar por alguno de sus modernos establecimientos. Entre sus propuestas se encuentran el spa natural de Mývatn; las piscinas de Hofsós, situadas en el acantilado de Skagafjörður; y The Beer Spa, en el que la levadura, la malta y el lúpulo de la cerveza Kaldi rejuvenecen cuerpo y mente. Si deseamos algo realmente especial, tendríamos que dirigirnos al nuevo centro geotermal de aguas marinas GeoSea, situado sobre un espectacular mirador natural de Húsavík con vistas al Ártico.

Promote Iceland también nos sugiere disfrutar de los inmensos paisajes islandeses. Sobre todo, de la frontera ártica, en el Norte, que alberga gran variedad de especies animales, desde aves hasta la ballena azul, y espacios naturales de laderas nevadas y fiordos.

Stand 4D07C

Of codfish and spas

Iceland, a destination known as a paradise of adventure and nature, now hopes to win over travellers with two products that, until now, were not identified with the island: gastronomy and wellness. Through gourmet gastronomy you can get a taste of Icelandic culinary delights, with codfish as the star of the kitchen, and of the chefs’ commitment to local and seasonal products.

To enjoy the benefits of wellness you can choose between visiting outdoor facilities such as thermal pools and volcanic wells, or choose one of its modern establishments. Among its offerings are the Mývatn natural spa; the Hofsós swimming pools, located on the cliff of Skagafjörður; and The Beer Spa, where the yeast, malt and hops of Kaldi beer rejuvenate the body and mind. If you want something really special, you can head to the new geothermal centre GeoSea, located on the natural viewpoint of Húsavík with views of the Arctic.

Promote Iceland also recommends enjoying the immense Icelandic landscapes, especially from the Arctic border in the North, home to a wide variety of animal species, from birds to the blue whale, snow-capped mountains and fjords.

Stand 4D07C

Macao, un destino que apela al efecto ‘wow’

Macao, ese pequeño territorio cuyo pasado está unido a la época colonial portuguesa, celebrará el 20 de diciembre de 2019 su vigésimo aniversario como región con un Régimen Administrativo Especial. Este cambio significó en 1999 el traspaso de la gestión de Portugal a la República Popular de China.

La presencia portuguesa durante 450 años se percibe en la arquitectura, en la gastronomía y en la nomenclatura de monumentos y calles. El visitante descubrirá una pacífica coexistencia de culturas portuguesa y china, además de una amplia oferta de alojamiento

(39.000 habitaciones), centros comerciales con marcas de lujo, casinos y una vibrante vida nocturna.

Entre las curiosidades que sorprenden en Macao están su propia geografía, ya que sus dos islas, Coloane y Taipa, están unidas artificialmente por el moderno istmo de Cotai, donde los resorts, casinos y recintos de ocio recuerdan a Las Vegas. Igualmente curiosos son: la coexistencia del portugués y el chino como idiomas oficiales; que disponen de su propia moneda: la pataca; y que está unido con Hong Kong por un puente, el HKZM, que tiene 55 kilómetros.

La oferta de restauración en Macao se sitúa a la altura de la calidad hotelera, ya que cuenta con 19 restaurantes con Estrella Michelin y una renombrada presencia de puestos de street food. En 2017, Macao se convirtió en miembro de la red de ciudades creativas en gastronomía de la Unesco.

Por último, esta región también se posiciona como una excelente opción para el segmento MICE dada su buena conexión con el resto del mundo y sus numerosas instalaciones para eventos y congresos.

Stand 6C27

Macao, a destination with wow effect

Located on the western bank of the Pearl River Delta, in Southern China, Macao’s mere 31 sq.km are packed with history, colourful events, upscale hotels and resorts, rich and varied gastronomy, high-end shopping malls and bric-a-brac markets, international entertainment and exciting nightlife.

As a result of the uninterrupted co-existence between the Portuguese and Chinese since the 1550s, the Historic Centre of Macao fea-

tures Eastern and Western style buildings of both secular and religious nature, and entered UNESCO’s world heritage list in 2005.

Through the Portuguese explorers, flavours from along their routes of discoveries entered Macao, and are still found today in native Macanese cuisine. With the arrival of upscale international hotel chains over the past 20 years, the culinary scene has broadened and diversified. From Michelin-starred

restaurants to famous street food, Macao rightfully became a member of UNESCO’s network of Creative Cities in gastronomy in 2017.

With world-class accommodation, offering about 39,000 rooms, its compact size and state-of-the-art MICE facilities, Macao is the ideal meeting venue in Southern China, as well as a world centre of tourism, leisure and gastronomy.

Stand 6C27



HOTELES, LUGARES / HOTELS, VENUES



Decameron Hotels apuesta por el Todo Incluido Plus en su resort de Panamá, situado en Farallón, Río Hato, a 90 km de la capital. Su objetivo es ofrecer a los huéspedes un servicio más satisfactorio al tiempo que promueve el desarrollo económico y turístico en el país. La experiencia ya ha sido positiva en el Royal Decameron Los Cabos, en México, y en Decameron Barú, en Colombia. Entre las ventajas que el cliente obtendrá se encuentra un mini bar bien surtido, comidas y cenas a la carta, check in y check out sin esperas, wifi ilimitado y bebidas premium en piscina y lounge bar. Stand 3C02B

Decameron Hotels is committed to All Inclusive Plus at its Panama resort, located in Farallón, Río Hato, 90 km from the capital. Its objective is to offer guests a more satisfactory service while promoting economic and tourism development in the country. The experience has already been positive at the Royal Decameron Los Cabos, Mexico, and at Decameron Barú, Colombia. Among the advantages that the client will enjoy is a well-stocked mini bar, lunch and dinner à la carte, check-in and check-out without waiting in queues, unlimited Wi-Fi and premium drinks in the pool and lounge bar. Stand 3C02B



Fuerte Group Hotels ya ha recibido este 2019 algunos galardones tan importantes como el TUI Campeón Ambiental y el Travelife Gold, Sustainability Tourism Certification que reconocen su apuesta por la sostenibilidad. El año anterior obtuvo 12 premios que valoraban su calidad y apuesta ecológica. Stand 9C01

Sercotel Hotels consolida su alianza con Choice Hotels a través de la operación de hoteles bajo las marcas Choice y de la comercialización de hoteles del grupo español en la red de la compañía americana. Sercotel también lanza dos nuevas marcas, una para el segmento urbano Economy Class (Esencia Hotels) y otra de hoteles con encanto de playa o montaña (Kalma Hotels & Resorts). La empresa, que prevé incorporar más de 16 hoteles en España en las distintas marcas, cierra 2018 con una facturación de 70 millones de euros. Stand 10D06

BUYER TALK



Paulo Finger, operations director, BRT

Why FITUR? I can meet new suppliers and also potential new destinations to be developed in our country. I've been attending FITUR for more than 20 years, and the best partners I had the pleasure to meet were at this show. In addition to searching for new partners and destinations, there are opportunities to strengthen all our commercial partnerships.

Palladium llega a la Costa del Sol



Palladium Hotel Group continúa su proceso de expansión y aterriza en la Costa del Sol con un establecimiento de cuatro estrellas en primera línea de playa. El Palladium Hotel Costa del Sol, que abrirá en julio de 2019 tras una intensa reforma, estará situado a escasos 20 minutos del aeropuerto de Málaga. Dispondrá de 330 habitaciones con vistas al mar Mediterráneo y estará orientado principalmente a parejas, aunque también ofrecerá algunos servicios, como un Kids Club, para familias con niños.

Contará con acceso directo a la playa y una larga lista de instalaciones y servicios como una piscina ex-

terior con bar, un gimnasio y un spa equipado con circuito de aguas, jacuzzi, sauna y cabinas para recibir tratamientos.

Los huéspedes también disfrutarán de una cocina de calidad en cualquiera de sus tres restaurantes: uno temático, con show cooking; otro a la carta, que combinará cocina local y elaboraciones más internacionales; y un Beach Club, para comer algo más ligero frente al mar. Además, podrán tomar un cóctel con vistas al atardecer malagueño desde el Sky Lounge situado en la azotea. Stand 10E16

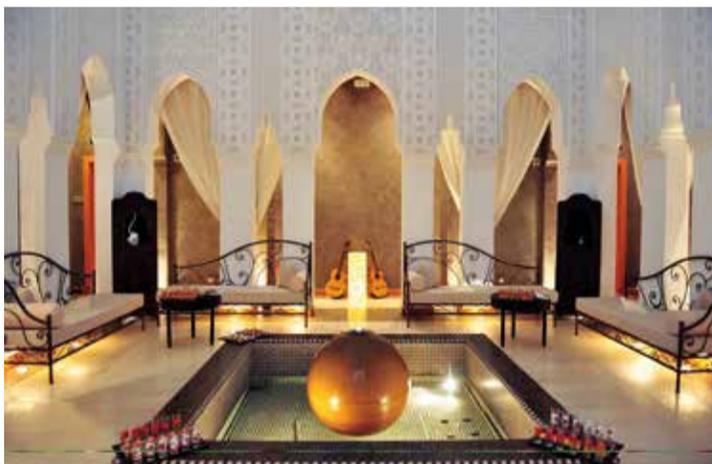
Palladium arrives at the Costa del Sol

Palladium Hotel Group continues its expansion and lands on the Costa del Sol with a four-star hotel located on the beachfront. The Palladium Hotel Costa del Sol, which will open in July 2019 after an intense renovation, will be located just 20 minutes from Malaga airport. It will have 330 rooms with views of the Mediterranean Sea and will be mainly aimed at couples, although it will also offer some services for families with children, such as a Kids Club.

It will have direct access to the beach and a long list of facilities and services such as an outdoor pool with a bar, a gym and a spa equipped with a water circuit, jacuzzi, sauna and booths to receive treatments.

Guests can also enjoy quality cuisine in any of its three restaurants: one themed, with show cooking; another à la carte, which will combine local cuisine and international dishes; and a Beach Club, for some lighter options in front of the sea. In addition, you can have a cocktail overlooking the Malaga sunset from the Sky Lounge located on the roof. Stand 10E16

Barceló Hoteles apuesta por Marruecos



Si Barceló Hotel Group ya demostró en 2018 su interés por Marruecos con la incorporación de tres hoteles en el país, este 2019 continúa en esa misma línea con la adquisición, por 35 millones de euros, del Barceló Palmeraie.

Este 5 estrellas recién incorporado a su portfolio muestra una arquitectura inspirada en los antiguos palacios marroquíes y cuenta con 252 habitaciones. A estas se sumarán en el futuro otras 120 habitaciones que se construirán en un terreno anexo. En sus instalaciones destacan la gastronomía, la oferta de wellness, sus amplios jardines, las piscinas y las salas de eventos.

El grupo hotelero también ha adquirido otra parcela a unos 3 km de la ciudad para construir un nuevo establecimiento de 5 estrellas con 160 habitaciones.

Con este nuevo proyecto, Barceló Hotel Group se posiciona como una de las cadenas hoteleras españolas con mayor presencia en Marruecos con un total de 6 hoteles, y 1.136 habitaciones, ubicados en algunos de los destinos más turísticos del país magrebí como Casablanca, Fez, Tánger, Agadir y ahora Marrakech. Stand 3C01



El hotel L'Azure, un cuatro estrellas superior, será el nuevo establecimiento que inaugurará **H•Top Hotels & Resorts** en agosto de 2019. Está situado en Lloret de Mar (Girona) y es el primero de la marca del grupo enfocada al cliente premium vacacional, al turismo deportivo y al segmento MICE. De líneas modernas y minimalistas, estará orientado tanto a parejas como a familias. Dispondrá de 411 habitaciones, zona de wellness, piscinas, solarium y terraza en la azotea, gimnasio, cuatro bares, varios restaurantes y salón de eventos. Stand 10E14



Descárgate FITUR Daily / Download FITUR Daily

www.fiturdaily.com



Foto: EFE

INNSiDE by Melià muestra su apuesta por la sostenibilidad, el reciclaje y la conciencia ecológica con el proyecto #TheArtofECO, que estará presente en FITUR. Una gran instalación creada por el artista malagueño Jorge Penadés con pajitas, botellas y tapones recogidos en algunos hoteles será su declaración visual de intenciones. El stand se convertirá en el epicentro de una serie de actividades, entre las que destaca la participación activa del público en la ampliación de la obra. Como punto clave de su programa para 2019, la firma hotelera reducirá el impacto medioambiental mediante la eliminación de materiales plásticos como las pajitas. Stand 10C04

La **Asociación Federalberghi-Sorrento Coast** ofrece al viajero alojamiento en sus 106 hoteles y 5 villas turísticas distribuidas por la costa italiana de Sorrento. Stand 4D04, 4F02



user/IFEMAvideos

LO QUE PUEDES VER EN FITUR... /WHAT YOU CAN SEE IN FITUR...

TURISMO CHINO 2019. Incluye la presentación del estudio "Turismo chino en España 2018" de ATEC, mesa sobre el shopping y el lujo como punta de lanza en China, o nuevas formas de atracción del comprador chino. 10:00 - 13:00. **Sala N107, C. Conv. Norte**

FITUR Y DESTINO analiza, de 10:00 a 18:00 'el turismo vivencial, una forma de alcanzar el turismo responsable con una gestión eficiente del destino', con temas como la mejora de la gestión del territorio, o los ecosistemas de innovación, además de entregar los ITH Smart Destination Awards. **Stand 10A05**

FITUR B2B WORKSHOP vuelve a reunir la oferta y demanda turística, de 10:00 a 13:00. **Pabellón 9**

AECIT analiza el marketing digital para destinos, incluyendo temas como 'por qué tener una estrategia digital es clave para ser competitivo' o una mesa redonda sobre marketing digital aplicado a los destinos turísticos. 10:00 - 12:00. **Sala N110, C. Conv. Norte**

FORO DEL ENOTURISMO: cultura, estrategia y sostenibilidad por la Asociación Española de Enoturismo. 10:00 - 13:00. **Salas N113 - N114 - C. Conv. Norte**

JORNADA FETAIVE: los retos de la nueva ley de viajes combinados para AA.VV. 10:00 - 14:30. **Sala A6.2, 1ª pl. Pabellón 6**

TURISMO CINEMATográfico, CUESTIÓN DE ESTADO EN TODO EL MUNDO. De 10:00 a 17:00, incluye sesiones sobre turismo cinematográfico en España, la vuelta al mundo en 80 películas

y series, actores y estrategias en este campo. **Stand 2FC01**

JORNADAS AEPT. 10:00 - 19:00. **Sala N109, 1ª pl. C. Convenciones Norte**

PROGRAMA SEGITTURLAB, de 10:00 a 18:00, incluye entre otros un taller para bid marketing online y un taller sobre mujeres en tecnología & turismo. **Stand 10A13**

FITUR MITM MICE & Business: Segundo día del workshop entre actores MICE, 10:30 - 12:00. **Stand 9D08**

FITURTECH Y FUTURO: Inteligencia artificial, robótica, automatización y nuevos procesos. De 11:00 a 17:45, se analizarán estos temas de un futuro que es cada vez más presente en el mercado turístico. **Stand 10B03**

TURESPAÑA convoca varios foros de debate, sobre cómo puede afectar el Brexit al turismo español (11:00) y las amenazas y oportunidades que ofrece la transformación digital del turismo (16:00). **Stand 9C**

FITURTECH Y SOSTENIBILIDAD: "Economía circular: el nuevo eje transformador del turismo", incluyendo ponencias sobre la contribución del sector turístico a la economía circular, el reto para el sector turístico, y casos de éxito. 11:00 - 18:00. **Stand 10B05**

FITUR KNOW HOW & EXPORT. De 11:00 a 19:00, incluye una presentación de la red de destinos turísticos inteligentes, smart talks sobre los datos para la gestión del destino y sobre sostenibilidad en los destinos inteligentes, y la entrega de los App Tourism Awards. **Stand 10B53**

JORNADAS FITUR SALUD. De 11:00 a 14:30, cubrirá temas como mitos y leyendas del negocio del turismo médico, las oportunidades en los mercados de Oriente Medio o la percepción de España como destino. **Stand 8C24**



@fitur_madrid

FITURTECH Y NEGOCIO.

Esta jornada analizará la complementariedad entre tecnologías, y cómo unir los datos y la aplicación de la inteligencia, cómo activar los cinco sentidos a través del quinto elemento, la tecnología. 11:00 - 18:00. **Stand 10A01**

TURISMO GAY (LGBT) + 50 AÑOS DESDE STONEWALL (NYC). De 11:00 a 18:00. **Stand 3A16**

FITUR FESTIVALES. Todo un día de actividades, con, entre otros, Arn Culture, Business Pride, Festival LGTBIQ, con Rossy de Palma en el escenario (11:30), ARN Blue & Green, festival sostenible (17:00), 25 aniversario del Festival Internacional de Blues De Cazorla (18:00). Escenario FITUR FESTIVALES, **Pabellón 3**

INVESTOUR B2B MEETING SESSION. Organizado por la UNWTO. **Stand 9D08**

ENTREGA DEL II PREMIO DE TURISMO RESPONSABLE FITUR - FUNDACIÓN INTERMUNDIAL. 16:30 - 17:30. **Stand 10B03**



@Ashotel Intensa primera jornada de #AshotelenFitur, con interesantes encuentros con turoperadores, aerolíneas y otros operadores turísticos. El Comité Ejecutivo de #Ashotel ha participado en esta nueva edición de #Fitur y ha palpado la buena salud del sector turístico.



INSTALACIONES HOTELERAS Y RESTAURACIÓN

Financiación de sus inversiones

Modernizar las instalaciones es una muy buena forma de **augmentar su competitividad y obtener una mayor rentabilidad.**

En CaixaBank le asesoramos sobre la financiación más adecuada para llevar a cabo sus inversiones.

AGENCIAS Y SERVICIOS / AGENCIES AND SERVICES

Aerolíneas Argentinas bate récords de pasajeros



Nuevas frecuencias, récord de pasajeros, puntualidad y premios basados en la calificación de los usuarios, Aerolíneas Argentinas no podía haber empezado mejor el año. De los 13 millones de pasajeros que transportó en toda su red, 9,8 millones fueron de cabotaje, un registro que superó su anterior marca de 2017. También ha batido su propio récord histórico en puntualidad con un 87% de promedio anual. La calidad de su servicio ha sido reconocida por los viajeros en 3 categorías de los Travelers' Choice Awards como mejor Línea Aérea, mejor Clase Business y mejor Clase Económica de América Latina.

La aerolínea, que actualmente dispone de 10 salidas semanales

a Madrid, contará desde julio de 2019 con dos frecuencias diarias a la capital española. En términos de asientos, esto supondrá casi 550 plazas diarias. Este incremento de la oferta va en línea con la frecuencia que añadió en la operación a Roma durante 2017 y que, junto al acuerdo firmado con Alitalia, busca potenciar los destinos europeos de la compañía.

Expandir la red internacional, la renovación de la flota, la digitalización de la empresa y mejorar la accesibilidad en los aviones para personas con discapacidad también se encuentran entre los planes que Aerolíneas Argentinas ya tiene en marcha.

Stand 3B18, 3C03

CaixaBank Hotels & Tourism, premio a la innovación y sostenibilidad turística



La primera edición del premio CaixaBank Hotels & Tourism, que reconoce la innovación, sostenibilidad y RSC de las empresas turísticas españolas, ya tiene ganadores. Las empresas que han sido premiadas en cada categoría han sido: el grupo hotelero Palladium, por el Only You Atocha, como "Mejor establecimiento hotelero"; el Hotel Aire de Bardenas, como "Mejor proyecto de innovación turística". En la categoría de "Responsabilidad Social Corporativa", se ha producido un triple empate, resultando vencedores el Grupo ML Hoteles, Guiltart Hoteles y Meliá Hotels International.

CaixaBank, entidad financiera de referencia en el sector hotelero y turístico, ha creado los premios Hotels & Tourism con el objetivo de impulsar nuevas actuaciones que ayuden a fomentar la mejora y renovación de las em-

presas dedicadas al turismo, sector estratégico para el país. La entidad pretende que estos premios se conviertan en referentes dentro del sector.
Stand 8A10

La empresa alemana de alquiler de coches Sixt ha abierto su segunda sucursal en Granada junto a la estación de RENFE. Es una ubicación estratégica teniendo en cuenta que está prevista la llegada del AVE para junio de 2019.
Stand 10D02; Ext-5

German car rental firm Sixt has opened its second office in Granada next to the RENFE train station. The company has chosen this strategic location ahead of the arrival of the AVE high-speed train link in June 2019.
Stand 10D02; Ext-5



Los viajeros que vuelen con Singapore Airlines en las clases Suites, First Class y Business Class cuentan con un nuevo servicio que les permite pedir previamente, desde tres semanas antes hasta el día anterior al vuelo, sus platos principales. Pronto también podrán hacerlo los pasajeros de la clase Premium Economy.
Stand 3A08

Singapore Airlines has launched a new service enabling customers travelling in Suites, First Class and Business Class from anywhere in the Airline's global network to pre-order main courses from their flight's menus, from three weeks and up to 24 hours before flight departure. There are also plans to extend it to Premium Economy Class in the near future.
Stand 3A08

Qatar Airways sigue apostando por España en 2019. Operará de nuevo su ruta desde Málaga e incrementará frecuencias desde Barcelona y Madrid hasta llegar a 42 vuelos semanales desde ambas ciudades.
Stand 2A07



Descárgate FITUR Daily
/ Download FITUR Daily
www.fiturdaily.com

Sabadell Negocio Turístico

Especialistas en el primer sector de nuestra economía.

En Banco Sabadell sabemos que el sector turístico necesita una forma diferente de relacionarse con un banco.

Por ello, Sabadell Negocio Turístico cuenta con un equipo especializado en el sector turístico para dar la respuesta más adecuada a sus necesidades financieras, hasta el último detalle. Disponemos de un catálogo de productos y servicios para ofrecerle la solución que mejor se adapte a su negocio: financiación, Factoring, Confirming, Leasing, Renting...

Compruébelo ahora llamando al 902 323 000
o en cualquiera de nuestras oficinas.



Sabadell
Estar donde estés

La IA puede ayudar a posicionar a España en el turismo de futuro



Andrés Pedreño, director del Observatorio de Inteligencia Artificial, participa hoy en la jornada dedicada a la inteligencia artificial (IA), la robótica, la automatización y los nuevos procesos aplicables al sector turístico de la sección #TechY-Futuro, de FiturtechY (pabellón 10). Realizará la ponencia inaugural sobre 'Turismo e IA: revolución vs. disrupción' (11.05h) y moderará el debate 'IA, robótica y nuevos procesos para el futuro' (13.05h).

¿La preocupación por la pérdida de empleo por la IA tiene razón de ser?

Soy muy optimista en relación con la generación de empleo neto asociado a la IA. Hoy somos incapaces de imaginar los empleos que se generarán en torno a estas tecnologías, aunque ciertamente hay una pérdida de empleo en procesos ligados a la automatización. La clave es diseñar una estrategia para el desarrollo de una tecnología propia. También es imprescindible que preparemos a las nuevas generaciones introduciendo el pensamiento computacional en la educación primaria y secundaria y, en la población adulta, reinventar a aquellas personas que están afectadas por la transformación digital.

¿Nos puede dar algunos ejemplos de aplicaciones de la IA al sector hotelero?

Uno de los más claros son los chatbots conversacionales basados en IA, pueden revolucionar la atención al cliente (24/365) personalizándola y respondiendo a la medida de las necesidades y preferencias de cada cliente. Sustituirán las apps y webs

porque responderán con claridad a los usuarios en tiempo real, además generando un big data que ayudará a segmentar y personalizar la oferta. Y podrá hibridarse con tecnologías como Blockchain o IoT, fomentando la personalización y trazabilidad de procesos y servicios.

¿Estamos preparados? ¿Qué puede hacer el profesional?

La IA puede ayudar a identificar las tendencias a efectos de posicionar a España en el turismo de futuro. La capacidad de segmentación y personalización representa un salto revolucionario para diferenciar nuestra oferta. Nuestro liderazgo en turismo se logra vía precios y salarios, a menudo bajos, y no se corresponde con el de tecnología que debería ostentar. Nuestra dependencia en la comercialización ha sido reemplazada por una dependencia tecnológica (plataformas como AirBnB, Booking, Tripadvisor, Ryanair, EasyJet, Apple Store, Google, Facebook, Instagram...). Las empresas españolas de tecnología podrían, con las tecnologías disruptoras como Blockchain e IA, fomentar un liderazgo que necesitamos.

TrustYou se une a SiteMinder



TrustYou, la plataforma de feedback de viajeros, se ha convertido en el proveedor de tecnología hotelera número 100 en implantar SiteMinder Exchange. El éxito de esta solución de SiteMinder, que lleva solo 6 meses en el mercado, se debe a su capacidad para resolver el problema de conectividad de los sistemas de gestión de propiedades (PMS) y las aplicaciones hoteleras.

Dicha conexión hace a TrustYou accesible para los PMS que se integran en SiteMinder Exchange y permite una mayor adopción de las herramientas de 'review marketing' (marketing basado en re-

señas de los huéspedes) y sistema de mensajería para huéspedes de TrustYou, más allá de sus 50.000 clientes hoteleros.

Diseñado para atender el desafío de conectividad que tienen los desarrolladores de tecnología para hoteles, SiteMinder Exchange actúa como una capa de datos que conecta los PMS de los hoteles y las aplicaciones, que van desde CRM y herramientas para impulsar las ventas, hasta sistemas de administración de ingresos, marketing basado en reseñas y sistemas de mensajería para los huéspedes.

Stand 8F09 (SiteMinder)
Stand 8D08 (TrustYou)

TrustYou joins SiteMinder

TrustYou, the traveller feedback platform, has become the 100th hotel technology provider to be implemented by SiteMinder Exchange. The success of this SiteMinder solution, which has only been on the market for 6 months, is a result of its ability to solve the problem of connectivity between property management systems (PMS) and hotel applications.

This connection makes TrustYou accessible for the PMS, which is integrated into SiteMinder Exchange and allows greater adoption of the tools of 'review mar-

keting' (marketing based on reviews of the guests) and the messaging system for TrustYou guests, beyond their 50,000 hotel clients.

Designed to address the connectivity challenge that hotel technology developers have, SiteMinder Exchange acts as a data layer connecting the PMS of hotels and applications, ranging from CRM and tools to drive sales, to income management systems, marketing based on reviews and messaging systems for guests.

Stand 8F09 (SiteMinder)
Stand 8D08 (TrustYou)

PÁSATE POR... /GO VISIT...

Prueba la experiencia virtual en 360° del Yacimiento el Cerro de la Encina y el espectáculo Flamenco y Ecuéstre 'Leyendas de la Alhambra'. Stand 5B03

Conoce los "Moomin", personajes de dibujos animados finlandeses y hazte fotos con ellos. **Visit Finland**, Stand 4D07B

Meet the "Moomins", Finnish animated characters for photo opportunities. **Visit Finland**, Stand 4D07B

Descubre las regiones de Calabria, Campania, Cerdeña, Emilia Romagna, Sicilia, Véneto, y la República de San Marino a través del espacio de realidad virtual, un fotocall con una Vespa y ver cómo trabajar un lutier en la fabricación de un violín. **Italia**, Stand 4D04

Discover the regions of Calabria, Campania, Sardinia, Emilia Romagna, Sicily, Veneto, and the Republic of San Marino through a virtual reality área, a Vespa photocall and observe how a lutier works on a violin. **Italy**, Stand 4D04

Pásate por **Maya Kakaw Travel** para obtener tu cupón de descuentos y beneficios. Stand 3C04B

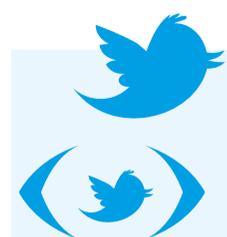
Pass by **Maya Kakaw Travel** and pick up your discount coupons. Stand 3C04B

Participa en el sorteo de un viaje para dos personas a tu isla balear favorita de **Turismo Islas Baleares**. Hazte un selfie, súbelo a Instagram etiquetado con el hashtag #VoyaBaleares. Stand 7B08

Participate in the lucky draw of **Turismo Islas Baleares** for a trip for two persons to any one of your favourite balearic islands. Take a selfie and upload it with the hashtag #Voy a Baleares. Stand 7B08

Disfruta de una "welcome drink" y brownie (16:30-18:00), un fotomatón especial y participa en el sorteo de una comida en un Hard Rock Café europeo. **Hard Rock Café Internacional**, Stand 8B19

Enjoy a welcome drink and brownie (16:30 - 18:00), a special photo booth and join the lucky draw to win a lunch in any Hard Rock Cafe in Europe. **Hard Rock Cafe International**, Stand 8B19



@sanchezcastejon

España es el país más competitivo del mundo a nivel turístico. Apostamos por #turismo abierto y sostenible, que respete la convivencia, el crecimiento y la identidad de las ciudades, el medio ambiente y el paisaje. Que no cree disfunciones económicas ni sociales. #FITUR2019



@NaniArenas

¿Y dónde me he cruzado con los Reyes este año? En mi tierra que es la misma que la Doña Letizia. En #asturiasparaisonal #fitur2019 @TurismoAsturias

La solución **Manage Your Trip** permite gestionar la logística, el back-office y el marketing de los viajes con el objetivo de aumentar la productividad. Entre sus ventajas están su uso intuitivo, la posibilidad de reservar con distintos proveedores y generar presupuestos personalizados. Stand 8D16C

The **Manage Your Trip** solution aims to increase productivity by enabling logistics and back-office management, as well as travel marketing. Among its advantages are its intuitive use, the possibility of booking with different suppliers and generating personalised budgets. Stand 8D16C



Almería ha contado con el popular Mario Vaquerizo que junto con el alcalde de la ciudad de Almería y el presidente de la diputación han dado a conocer la experiencia inmersiva de realidad virtual "Almería en tus manos" con una recreación de la playa de Las Salinas y de sus fondos marinos. Stand 5B04



100 bloggers de viajes han tenido la oportunidad de entrar en contacto con empresas y marcas turísticas durante la primera edición del speed networking organizado por DISN en el stand del **Grupo Intermundial**. Un matching previo, que unía perfiles de influencers con los intereses de las marcas, preasignaba estos encuentros de máximo ocho minutos de duración. Stand 10E06



Miguel Induráin, Carlos Coloma y Nuria Fernández presentaron la oferta deportiva de **Ibiza** que ofrece diferentes actividades como la Ruta de la Sal, una regata de altura que se disputa anualmente, y en relación al running, la Ibiza 12K, una maratón de 42 kilómetros, o la media maratón de 10 kilómetros en Santa Eulària. Stand 7B08



La Organización Mundial del Turismo celebró la recepción de autoridades presentes en la feria con un cóctel al que asistieron los ministros de turismo de los países participantes, embajadores y demás autoridades presentes en FITUR. En el discurso de bienvenida han intervenido Clemente González, director ejecutivo de IFEMA; Luis Gallego del comité organizador de FITUR; Francisco Javier García, Ministro de Turismo de República Dominicana; el Secretario General de la OMT, Zurab Pololikashvili; y la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto.



La **Oficina Nacional de Turismo de Túnez** ha dado a conocer sus previsiones y novedades y presentó al nuevo ministro de Turismo, René Trabelsi. En 2018 ha recibido casi 8,3 millones de viajeros, lo que supone un aumento del 20,5% con respecto a 2017. Stand 10B67

The **National Tourism Office of Tunisia** has announced its forecasts and developments and introduced the new Minister of Tourism, René Trabelsi. In 2018, it received almost 8.3 million visitors, which represents an increase of 20.5% compared to 2017. Stand 10B67



La zona norte del **Perú** es la gran desconocida, y el punto de mira durante la presentación del destino en FITUR. Cuenta con sitios únicos para practicar deportes extremos, o hacer actividades como el trekking a la Laguna de los Cóndores o en Viyachito, una playa ideal para la práctica del kitesurf y buceo; y en la playa de Zorritos, en Tumbes, se puede practicar motonáutica o pesca deportiva. Asimismo, la escalada es una de las actividades más practicadas en la zona. Stand 3B05

La Rioja, auténtica

A lo largo de toda la jornada, demostración de alfarería.

- 10:30 - 10:50 Presentación proyecto Turismo Accesible
- 11:00 - 11:30 Show Cooking Team, Cocina riojana en directo
- 11:40 - 12:00 Presentación del Proyecto Palacio Tondón de Briñas
- 12:20 - 12:40 Presentación Milenario del Santo, Año jubilar Calceatense y Camino de Santiago
- 13:00 - 13:20 Queso Camerano: El queso de La Rioja
- 13:40 - 14:00 Octagon y La Rioja Bike Race
- 14:20 - 14:40 "Logroño, ciudad sin gluten. Ruta de tapas para celíacos"
- 15:00 - 15:20 Presentación Finca Valpiedra – Grandes Pagos de España
- 15:30 - 15:45 Presentación Monasterio de Valvanera y su entorno
- 15:45 - 16:00 Ruta de los Hayedos de Anguiano
- 16:00 - 16:20 Presentación Turismo de Golf en La Rioja
- 16:40 - 17:00 Experiencia Bodegas Bohedal 2019 - Premio Best off 2018
- 17:20 - 17:40 Presentación del Plan de Acción 2019 de la Ruta del Vino de Rioja Alta
- 17:40 - 18:00 Jornadas de la verdura Calahorra y Tierra rapaz

En la zona del bar, degustación de varias tapas de la mano de Cooking Team.



EXPERIENCIAS / EXPERIENCES

Tras un año marcado por la celebración del vigésimo aniversario, el **Parque Etnográfico y Jardín Botánico Pirámides de Güímar**, en Tenerife, comienza 2019 con su recién estrenado proyecto botánico Tropicarium. Stand 9C04

After a year marked by its 20th anniversary celebrations, **Pirámides de Güímar Botanical Garden** and Ethnographic Park in Tenerife kicks off 2019 with the launch of its botanical project known as Tropicarium. Stand 9C04

Explorar la Amazonia ecuatoriana o visitar a un chamán son solo algunas de las experiencias que propone organizar a medida **Live Ecuador & Suchipakari Amazon Lodge**. Stand 3C07

Exploring the Ecuadorian Amazon or visiting a shaman are just some of the experiences that make up the tailor-made tours by **Live Ecuador & Suchipakari Amazon Lodge**. Stand 3C07

BUYER TALK



Nathan Philpot, travel director Europe and Africa, National Geographic Expeditions

Why FITUR? As we have expanded our business in Spain, FITUR is a good platform to grow and enhance our relationships in this region. We would like to get product knowledge and meet potential partners.

What are some of the changes in the offerings of the industry?

Luxury travel is not about having a beautiful beach or a stunning hotel room anymore, it is about unique and memorable experiences that can otherwise be hard to come by. We are happy to see environmental responsibility is now playing a bigger part in how people choose their holidays. As the 2019 ABTA report said, responsible tourism has now gone mainstream.



Magic Tour Colombia organiza la gran aventura de "The Lost City Trek" o la "Ciudad Perdida", una experiencia en la que puedes participar durante todo el año y que se encuentra entre las 5 más valoradas de Colombia. Envuelta en historia y cultura, y rodeada de belleza natural, vida salvaje y mar, es realmente el lugar más especial de Santa Ana, además de obligada visita para los más aventureros. Stand 3B33; 3B35; 3C06

Magic Tour Colombia offers "The Lost City Trek" or "Ciudad Perdida", an adventure in which you can participate all year round and is on the top five highlights of Colombia. Enshrouded in culture and history and surrounded by natural beauty, wildlife and sea, it is truly the most special place to visit in Santa Ana and a must for adventurers. Stand 3B33; 3B35; 3C06



Descubre Japón caminando con **Wendy Japan**. Siguiendo el Kumano Kodo, una de las dos únicas rutas de peregrinaje registradas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, retrocederás hasta el siglo XVII japonés. Stand 6D13

Discover Japan by walking with **Wendy Japan**. Kumano Kodo is one of only two pilgrimage routes registered as UNESCO World Heritage which takes you back to 17th-century Japan. Stand 6D13



Un cinco estrellas tan exclusivo como el **VP Plaza España Design** no puede proponer a sus clientes experiencias que no estén a su altura. Entre los planes 'Design' que organiza se encuentran recorrer Madrid en un coche deportivo y, para aquellos que prefieran hacerlo sobre dos ruedas, en una moto Bultaco (salida guiada) o en una bicicleta de montaña SCOTT. Ir de compras en Madrid también es un clásico que no olvidan y lo hacen ofreciendo el servicio de personal shopper y asesoría de imagen. Conocer la capital desde este céntrico hotel ya es en sí una experiencia de lujo. Stand 9C05, 10D24



DAP Antarctic Airways es la única línea aérea del mundo que conecta la Antártida con Sudamérica. Los vuelos, que salen entre noviembre y marzo, parten del aeropuerto de Punta Arenas (Chile) con destino a la isla Rey Jorge, perteneciente al archipiélago Islas Shetland del Sur. Los viajeros tienen la opción de ir y volver en el día o pasar la noche en un campamento. La experiencia incluye visitas a las bases científicas, excursión en botes zodiacs a la isla de Aldrey, donde está la pingüinera más grande del mundo, y al glaciar Collins, con sus múltiples tonos de azul. Las reservas deben ser realizadas con antelación. Stand 3C08

DAP Antarctic Airways is the only airline in the world that offers connections between Antarctica and South America. Flights depart between November and March from the Punta Arenas Airport (Chile) for King George Island, which belongs to the South Shetland Islands archipelago. Travellers have the option to travel and return on the same day or spend the night camping. The experience includes visits to scientific bases, and Zodiac boat excursions to see the island of Aldrey, home to the largest penguin colony in the world, and the magnificent Collins glacier. Reservations must be made in advance. Stand 3C08



Rodeados de vida marina y en un ambiente de lujo, el restaurante submarino **Minus Six Meters**, en el resort Ozen by **Atmosphere** de Maldivas, ofrece una experiencia increíble. Los huéspedes que tengan plan todo incluido y se alojen más de cuatro noches gozarán de su cocina basada en mariscos. Stand 6D12

Set amidst the plush ambience and beautiful marine life, **Minus Six Meters** at Ozen by **Atmosphere** offers fine dining experience. Thanks to its all inclusive plan, guests who stay for more than four nights get to whet their appetite with exotic seafood cuisine. Stand 6D12

Descubrir los sabores de La Mancha mientras se vive una experiencia enoturística por la Ruta del Vino de la Mancha por Tomelloso es la propuesta que nos sugiere **Sabersabor.es**. Su programa básico, personalizable y ampliable, incluye visitas a bodegas, catas de vinos, paseos culturales en Tomelloso y una suculenta comida manchega. Stand 7B06



Los Reyes de España inauguraron ayer la 39ª edición de FITUR

The King and Queen of Spain officially opened the 39th edition of FITUR



El 'Ferrol de la Ilustración', la nueva aplicación móvil que acaba de poner en marcha la ciudad coruñesa de **Ferrol**, invita al viajero a profundizar en esa etapa histórica a través de la Ruta de la Ilustración. El escenario de partida de este itinerario es un mapa en 3D con el que recorrer dicha ruta de la mano del marqués de la Ensenada o María de Castro. Esta app se podrá descargar tanto en Android como en iOS. Stand 9C07, 9C09



Showcooking a cargo de David Monaguillo y Leticia Martín Palos en el stand del Consorcio Transfronterizo de Ciudades Amuralladas, Ciudad Rodrigo y Almeida. Stand 9A03



At the World Travel & Tourism Council (WTTTC) meeting on "Competitiveness in a Transformed World", Andrew Bennett, chief commercial officer of Bloomberg, gave a speech on how megatrends, such as the proliferation of new technology like AI, the rise of social media and the growth of emerging economies, are reshaping society and the necessity for the Travel and Tourism sector to adapt to the major changes ahead. Later, the group of panellists which included Mr. Bennett and Marco Sansavini, chief commercial officer of Iberia, discussed how important it is for industry players to share tourism best practices in order to drive growth and job creation.



Se ha presentado el Observatorio FiturNext, una iniciativa que tiene como objetivo a identificar las tendencias del turismo de futuro.



Israel celebra un año de record

El siete se ha convertido en su número mágico. En 2018, 77.700 españoles visitaron el país, de un total de 4.120.000 turistas, que batió su record histórico (un 25% más respecto a 2017). En la inauguración del stand en el que Israel presenta su oferta turística, el excmo. embajador Daniel Kutner, la directora de Marketing en Europa, Sara Salansky, y la directora de la Oficina Nacional Israelí de Turismo, han dado reiteradamente las gracias por estos resultados y han avanzado las novedades del destino. Su propuesta pasa por aunar la tecnología y la innovación con la tradición de un país autodenominado, la tierra de la creación. Entre las opciones presentadas están las ofertas de Tel Aviv y Jerusalén como city breaks, dos ciu-

dades cercanas (alrededor de una hora de distancia) que se pueden visitar durante una breve estancia y disfrutar de experiencias como bucear entre delfines, rutas por el desierto o paseos en segway por las montañas de Eilat.

Desde la tradición turística, Israel también ha apostado por la tecnología, compitiendo este año en la edición UNWTO Tourism Startup, con un resultado más que notable: cuatro de las apps turísticas presentadas por empresas israelíes han quedado finalistas poniendo la marca "made in Israel" en una posición muy valiosa en la industria turística internacional.

Dos grandes eventos convertirán al país en referencia para el turismo, no solo vacacional, sino tam-

bién de negocios. Por un lado, Tel Aviv celebrará la Gay Pride 2019, consolidándose en el segmento del turismo LGTBI, y en 2020, será la sede del 64º Festival de Eurovisión, un gran evento que congregará a miles de personas y supondrá un enorme despliegue logístico, además de atraer todas las miradas hacia este destino mediterráneo. Stand 4D03

Israel celebra record year

With a record 77,700 Spanish arrivals in 2018, from a total of 4,120,800 tourists, Israel has inaugurated its stand this year, with H.E. Ambassador to Spain, Daniel Kutner, and Sara Salansky, the Director of Marketing in Europe of the Israeli National Office of Tourism, on hand to promote the destination. The self-proclaimed 'the land of creation', Israel's offering is centred around combining technology and innovation with tradition. Among the options presented are the offerings of Tel Aviv and Jerusalem. The two cities are located just an about an hour from each other and can be enjoyed during a short stay, with experiences such as diving among dolphins, desert treks and Segway tours through the Eliat Mountains. Stand 4D03





Plano de Servicios / Services Map



ACREDITACIÓN DE VISITANTES
VISITOR ACCREDITATION

24 **Ilunion**

AGENCIA DE AZAFATAS
HOSTESSES AGENCY

19 **Newline Events**

ALQUILER DE COCHES
CAR RENTALS

27 **Avis**

ALQUILER DE EQUIPOS
AUDIOVISUALES/MEGAFONÍA
AUDIOVISUAL AND SOUND
SYSTEM RENTALS

14 **Power AV**

MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES
ELÉCTRICAS Y BOLETINES DE INSTALADOR
AUTORIZADO
MAINTENANCE OF ELECTRICAL
INSTALLATIONS AND AUTHORISED
INSTALLER CERTIFICATES

20 **Elecnor**

PERSONAL AUXILIAR DE FERIA
AUXILIARY PERSONNEL FOR FAIRS

12 **Ilunion**

REVISIÓN INSTALACIONES ELÉCTRICAS
REVIEW OF ELECTRICAL INSTALLATIONS

13 **Ingein**

SERVICIOS TURÍSTICOS
TOURIST SERVICES

3 **Oficina de Turismo de la Comunidad de Madrid**
Tourist Office of Madrid

7 **Viajefairs**
Reserva de Viajes y Hoteles
Travel and Hotels Reservations

4 **Viajes El Corte Inglés**

TELEFONÍA
TELEPHONY

18 **Coysyer**

VIGILANCIA Y SEGURIDAD
SURVEILLANCE AND SECURITY

28 **Securitas**

ALQUILER DE MOBILIARIO
FURNITURE RENTALS

12 **Mobiligne**

DISEÑO Y MONTAJE DE STANDS
DESIGN AND ASSEMBLY OF STANDS

13 **M-6**

14 **Marva**

13 **Modiseño**

13 **Servis Ferial**

LIMPIEZA
CLEANING

12 **Clece**

12 **FCC**

SERVICIOS COMERCIALES
COMMERCIAL SERVICES

8 **Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Madrid**
Madrid's Commerce Agents Official Association

14 **Cesce**
Gestión Integral del Riesgo
Commercial Risk Management

10 **ICEX**
Instituto Español de Comercio Exterior
Spanish Institute of Foreign Trade

SERVICIOS LOGÍSTICOS
LOGISTIC SERVICES

12 **DB Schenker**

SERVICIOS POSTALES Y PAQUETERÍA
POST AND COURIER SERVICES

11 **Correos**

30 **Atención al Expositor**
Exhibitor Care
Secretaría del Certamen
Exhibition Office

6 **Sala Multiuso de Alquiler**
Multipurpose room for hire
Sala Goya

13 **BC**
Business Centre

1 **CLUB FERIA**

30 **LECTOR DE ACREDITACIONES DE VISITANTES**
Visitor Badge Reader

Policia
Police

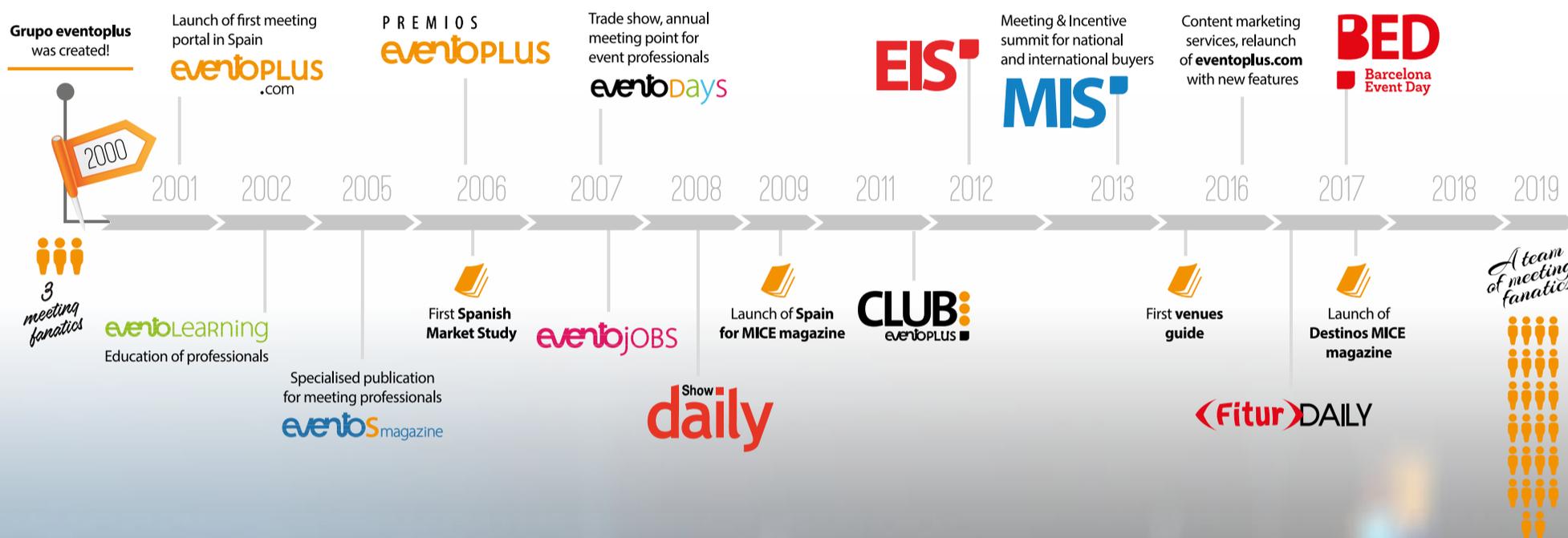
Servicio Médico
Medical Service





Is MICE your business?

19 years of experience connecting the MICE industry



100% MICE professionals audience and a complete offer of communication platforms from online, print and face-to-face.



Talk to us!
STAND 8B02A

Meetings + events in Spain | GRUPO **eventoplus**



THE JOY of GIVING



OZEN

BY ATMOSPHERE
AT MAADHOO · MALDIVES

LIFESTYLE LUXURY IN MALÉ ATOLL!



Atmosphere

KANIFUSHI | MALDIVES

5-STAR PREMIUM ALL-INCLUSIVE



OBLU

AT SANGELI · MALDIVES

4-STAR DELUXE IN MALÉ ATOLL!



OBLU

BY ATMOSPHERE
AT HELENGELI · MALDIVES

4-STAR SUPERIOR IN MALÉ ATOLL!

