

Comunicado de Prensa
Calvià, 7 de noviembre de 2017

CALVIÀ CONSTATA EN LA WORLD TRAVEL MARKET DE LONDRES SU REPOSICIONAMIENTO COMO DESTINO TURÍSTICO QUE AVANZA EN CALIDAD

El Alcalde de Calvià ha mantenido diversos encuentros en el marco de la feria turística en la que la Alianza de 8 Municipios Turísticos ha marcado la hoja de ruta de sus actuaciones más inmediatas

Calvià asiste a la feria de turismo de Londres constatando que el camino que ha emprendido hacia la mejora de la calidad del destino está llegando al mercado británico, que ya reconoce el cambio que se está experimentando gracias a las medidas que se han adoptado, como el cambio de ordenanzas municipales para erradicar el turismo de excesos, y la colaboración con la iniciativa privada que está mejorando la planta hotelera.

Esta es una de las cuestiones que el **director de la Oficina de Turismo en Londres, Javier Piñanes**, les ha trasladado al **alcalde de Calvià, Alfonso Rodríguez Badal**, en uno de los encuentros que ha mantenido en la feria turística de Londres. Piñanes ha afirmado que los TTOO británicos no sólo comienzan a hablar del cambio en Magaluf, sino que lo ponen de ejemplo de cómo se está reconvirtiendo una zona en poco tiempo, asegurando que valoran y aprecian el cambio.

El director de la Oficina de Turismo en Londres, por otro lado, ha cifrado en un **22 por ciento el crecimiento en reservas** de paquete turístico en Mallorca, durante los meses de invierno, de noviembre a abril, un dato que el Alcalde ha calificado de muy positivo dado que responde a los esfuerzos que se están realizando para diversificar el producto y alargar la temporada. En este sentido, en el encuentro que ha mantenido con los representantes de la división de turismo deportivo de Jet 2, Alfonso Rodríguez Badal ha destacado la importante apuesta que Calvià está haciendo por este producto que sólo en los meses de temporada media-baja supone para Calvià un impacto económico de más de 9,5 millones de euros, sin contar con el cicloturismo ni el turismo de golf.

El programa de trabajo en WTM de la delegación de Calvià, integrada también por el director general de Turismo y Proyectos Estratégico del Ajuntament, Joan Mesquida, ha seguido con una reunión con Heather Pennock de ABTA. La representante de la patronal de Agencias de Viaje Británicas se ha interesado por conocer las medidas que se han adoptado desde las Illes Balears, tras la detección de varios casos de legionela, a la vez que ha explicado las actuaciones informativas que dirigen a sus clientes para evitar falsas denuncias por intoxicación, que está teniendo consecuencias penales. La actividad del Alcalde en Londres se iniciaron el lunes por la tarde con un encuentro con medios británicos especializados en turismo, en el stand del grupo Melià.

Renovación, mayor financiación y evolucionar como destinos turísticos inteligentes

En el marco de la feria turística de Londres se ha reunido también la **Alianza de los 8 municipios turísticos** de la que forma parte Calvià junto a Salou, Benidorm, San Bartolomé de Tirajana, Lloret de Mar, Torremolinos, Adeje y Arona.

En marzo de este año protagonizaron el hito, sin precedentes en España, de constituir una plataforma común con el objetivo de analizar sus desafíos como destinos, intercambiar experiencias y conocimientos desde su singularidad y proponer estrategias de cómo reorientar e impulsar el progreso del segmento turístico de 'sol y playa'. Cuando aún no se cumplen diez meses de aquel paso, la Alianza de Municipios Turísticos (AMT) de Sol y Playa ya ha trazado la hoja de ruta de sus prioridades compartidas, que pasan por **'potenciar sus planes de renovación y reconversión integral como destinos', 'reivindicar un nuevo sistema específico de financiación' y recabar el apoyo financiero con destino tecnológico para 'evolucionar hacia el modelo de destinos turísticos inteligentes (DTI)'**.

La hoja de ruta se ha adoptado hoy en la reunión mantenida por el ente en la WTM de Londres, en la que el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas ha ejercido como anfitrión, y a la que han asistido los alcaldes de los ocho municipios líderes del 'sol y playas' español que integran la AMT, que representan más del 10 por ciento del movimiento de turistas nacionales e internacionales y suman cerca de 50 millones de pernoctaciones anuales.

En el encuentro han participado los Alcaldes Pere Granados, de Salou (Tarragona-Costa Dorada); Antonio Pérez Pérez, de Benidorm (Alicante-Costa Blanca); Marco Aurelio Pérez, de San Bartolomé de Tirajana (Gran Canarias); Jaume Dulsat i Rodríguez, de Lloret de Mar (Gerona-Costa Brava); José Ortiz, de Torremolinos (Costa del Sol); Alfonso Rodríguez Badal, de Calvià; José Miguel Rodríguez, por Adeje, y José Julián Mena, por Arona -estos dos últimos de Tenerife-.

En la reunión de trabajo los ocho alcaldes han puesto en marcha la maquinaria de funcionamiento de la AMT. Entre los asuntos objeto de estudio, los mandatarios han analizado la forma jurídica que adoptará este 'pool' de destinos turísticos que refuerce su capacidad de interlocución ante las distintas instancias de la administración pública.

Entre los pasos que ya se están dando, en este caso dentro del proceso de visualización internacional de la entidad, la AMT ha activado su presencia en las redes sociales. En Twitter lo hará bajo la identidad de @AMTSolyPlaya, en Facebook como AMT Sol y Playa, y en Instagram lo hará con el nickname AMTSolyPlaya.

Los alcaldes se han dado también como reto, y dentro del proceso de elaboración del estudio DAFO, que cada uno de los destinos señale las cuatro de las ocho Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades consideran prioritario abordar al objeto de afrontarlas mediante un plan estratégico común; y ya han señalado en su agenda la próxima edición de FITUR 2018, en Madrid, como la fecha de un nuevo encuentro y de puesta en marcha de distintas iniciativas turísticas.