

## Balance turístico de APTA tras la ITB de Berlín 2023

La Asociación para la Promoción Turística de la Axarquía (**APTA**) ha estado presente del 7 al 9 de marzo en la ITB de Berlín donde se ha trabajado en la recuperación del mercado alemán con su estratégica de internacionalización.

Se han mantenido reuniones con profesionales del sector dentro del stand de Turismo y Planificación Costa del Sol y de Turismo Andaluz adaptándonos al nuevo formato dirigido exclusivamente a profesionales.

Dentro de la estrategia de internacionalización turística de la **Asociación para la Promoción Turística de la Axarquía (APTA)**, la Axarquía se ha promocionado del 7 al 9 de marzo en la Feria Internationale TourismusBörse (ITB) de Berlín, donde han acudido en representación de la comarca para dar a conocer al mercado alemán todo nuestro potencial turístico.

La 57ª edición de ITB ha mantenido las expectativas que se esperaban. Cerca de 5.500 expositores de 161 países, siendo una de las Ferias de Turismo más importantes del mundo y que mantiene su posición como plataforma líder para la industria turística mundial. Durante los tres días hábiles se ha dado cita a un total de 90.127 asistentes procedentes de más de 180 países.

**El objetivo desde la Asociación ha sido posicionar y dar continuidad al crecimiento del mercado alemán**, una meta que se encuentra dentro del Plan de Acción 2023 que se viene desarrollando desde APTA, siendo esta la 6ª Feria Internacional a la que ha acudido. Se trata de un perfil turístico que demanda el turismo de Sol y Playa, combinado con entornos naturales y culturales, así como la posibilidad de realizar actividades de senderismo de montaña o bicicleta. Posibilidades que la Axarquía puede ofrecer a los turistas y residentes que nos visitan.

El **turismo socialmente responsable** ha sido uno de los aspectos más importantes tratados en este encuentro. Especial hincapié en la

concienciación social del **turismo sostenible** para el crecimiento turístico a nivel mundial.

El momento de viaje y la duración del mismo por parte de nuestros turistas, son factores muy estables e influenciados por las fechas de los festivales de Semana Santa y Pentecostés, en la primavera, así como en verano por el sistema de reparto de los períodos de vacaciones escolares de los estados federados.

Por regla general, los viajes de la población de lengua alemana se reparte de la siguiente manera: 20% se concentraron en primavera, 50% en los tres meses de verano, 25% en octubre y el 5% restante en invierno. Motivación dos tercios partes del mercado turístico alemán señalan como principal tipo de viaje vacacional el relacionado con romper la rutina, divertirse, disfrutar del sol y el buen clima y la relajación.

La ITB de Berlín, Organizada por la empresa Messe Berlín, que viene celebrándose anualmente en el recinto ferial Expo-Center City de Berlín, se ha consolidado en los últimos años como el evento líder en el sector a nivel global y cita obligada de un gran número de empresas que han estado presentes en el evento, hecho que motiva la presencia de APTA bajo las premisas de especialización y promoción de destino, apoyo a la comercialización, concertación institucional y colaboración público-privada.

Todo ello, con una estrategia basada en maximizar la eficacia de las acciones y la optimización de recursos. Este encuentro se ha posicionado como un **producto B2B** enfocado a profesionales, con un amplio abanico de mesas redondas, seminarios, conferencias y networking.

En nuestro objetivo y con el apoyo este año de la Excm. Diputación Provincial de Málaga, seguiremos acudiendo a esta Feria Internacional para trabajar en la promoción de Andalucía y un producto tan importante como Málaga.

Elisa Páez Jiménez  
Gerente de APTA

En Torre del Mar (Vélez-Málaga) a 13 de marzo de 2023