

APTA Axarquía Costa del Sol refuerza su liderazgo en el mercado alemán tras su participación en la 60ª edición de la ITB de Berlín

Su sexagésimo aniversario reunió a 5.601 expositores de 166 países y territorios mostraron sus productos y servicios a casi 97.000 asistentes.

La Asociación para la Promoción Turística de la Axarquía (**APTA**) ha participado en la feria **Internationale Tourismus Börse Berlín (ITB)**, celebrada del 3 al 5 de marzo, en el recinto ferial Expo-Center City de Berlín, Alemania, con perspectivas de crecimiento basadas en la fidelización y la diversificación de su oferta.

Presente en los espacios expositivos de Turismo Costa del Sol y Turismo Andaluz, **APTA** ha desarrollado una agenda de trabajo orientada al **segmento B2B y al networking**. El objetivo estratégico de la Asociación se ha centrado en dos ejes fundamentales: por un lado, seguir trabajando en el incremento del flujo de turistas alemanes hacia nuestra comarca y, por otro, ofrecer un respaldo institucional y técnico al sector empresarial presente en la cita.

El material más entregado y demandado por los profesionales ha sido el mapa desplegable editado en alemán, con información sobre las **5 Rutas declaradas de Interés Turístico Nacional** en Andalucía, una distinción que se mantiene cada año con el trabajo que desempeña la Asociación para la Promoción Turística de la Axarquía (**APTA**) como ente promotor con el Servicio de Calidad e Innovación de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior.

Durante las 3 jornadas profesionales, los municipios de la costa han ejercido como grandes dinamizadores del destino. Localidades como **Rincón de la Victoria, Torrox, Nerja, Vélez-Málaga, Torre del Mar y Algarrobo** se han reafirmado como la puerta de acceso para que touroperadores y viajeros descubran también la riqueza de los pueblos del interior, donde los recorridos, estancias en diferentes periodos vacacionales y actividades también han cobrado protagonismo.

Por otra parte también se ha acercado a esta muestra el catálogo de servicios turísticos e información digital mediante códigos QR.

Las tendencias para este año apuntan a un cambio en las prioridades del viajero alemán para 2026: la **calidad prima sobre el precio** y existe una demanda creciente por destinos con una gestión sostenible.

Los profesionales que han pasado por los stands de la Costa del Sol y Andalucía confirman la demanda por la provincia de Málaga, en este sentido la provincia lidera la recepción del mercado alemán, un dato que se ha visto reflejado en el interés por parte de los profesionales.

Paralelamente a la actividad en el recinto ferial, se ha celebrado la **Convención ITB de Berlín**. Con más de 24.000 visitantes de todo el mundo bajo el lema «Llevando el turismo al equilibrio», y participando en 200 sesiones en 17 ejes temáticos, más de 400 ponentes de renombre debatieron sobre temas como la IA, el crecimiento sostenible, las nuevas estructuras de mercado, la resiliencia y la responsabilidad de las empresas y los destinos.

En su año de aniversario, la **ITB Berlín** volvió a conectar mercados, facilitó el diálogo sobre futuros negocios conjuntos y demostró su importancia para el diálogo y la cooperación internacionales, especialmente en tiempos de tensión geopolítica, sobre todo en Oriente Medio.

Sobre APTA

La Asociación para la Promoción Turística de la Axarquía (**APTA**) es la entidad encargada de la difusión y promoción turística, cultural y natural de los municipios que integran la comarca de la Axarquía Costa del Sol, trabajando en colaboración con el sector público y privado para el desarrollo sostenible del destino.

En Torre del Mar (Vélez-Málaga) a 9 de marzo de 2026