

## DE UN VISTAZO

## MERCADO

## Acuerdo de cielos abiertos a Marruecos

El Parlamento Europeo respaldó el acuerdo con Marruecos que liberaliza recíprocamente el sobrevuelo del espacio aéreo y las escalas en los aeropuertos de las dos partes sin restricciones de nacionalidad. El convenio, negociado

entre la Comisión Europea y el Gobierno de Rabat, se aplica a la aviación civil con fines comerciales o no comerciales. Compromete a las aerolíneas marroquíes a aplicar las mismas normas que las comunitarias en materia de seguridad aérea, protección de la aviación, medio ambiente y competencia. También prohíbe que alguna de las dos partes imponga a las compañías aéreas de la otra tasas de usuario superiores a las que aplique a sus propias compañías. El voto parlamentario era necesario. / EFE

## AEROLÍNEAS

## Easyjet pone a la venta los billetes para verano

La aerolínea británica de bajo coste Easyjet puso ayer a la venta todos los billetes para la próxima temporada de verano, que comprende desde el 30 de marzo hasta el 30 de octubre. Informó la empresa en un comunicado. Con el lanzamiento del calendario de verano es posible encontrar los mejores precios para las rutas más demandadas. / E. P.

## PROMOCIÓN

## La Junta presenta hoy el Plan de Acción

El consejero de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, Sergio Moreno, presentará hoy en Benalmádena el Plan de Acción de promoción turística para el próximo año 2008, elaborado en colaboración con el sector y que persigue fortalecer la competitividad del destino Andalucía en los mercados nacional e internacionales.

Moreno ya adelantó que el plan incidirá en acciones de promoción directa al consumidor, insistiendo en las presentaciones del destino en diversos puntos de la geografía nacional y en grandes núcleos de los principales emisores internacionales. En el Plan de Acción de 2008 de la Consejería de Turismo, cada emisor tendrá un tratamiento distinto, con la intención de afinar las iniciativas a realizar en los diferentes países. La intención del documento es reforzar el liderazgo de Andalucía. / SUR

## Proyectan promocionar el turismo interior a través de 14 puertos andaluces

La iniciativa, promovida por Marinas de Andalucía, cuenta con el apoyo de la Junta para elaborar un plan piloto que le permita acceder a ayudas de la UE

El usuario podrá recibir información en su móvil sobre los destinos

ROSARIO FLORES MARBELLA

La asociación Marinas de Andalucía, que aglutina a catorce puertos deportivos andaluces de gestión privada, ve en los recintos náuticos un potencial, aún por explotar, como enlace con el turismo interior. Bajo la premisa de conectar la Costa del Sol con Ceuta y Melilla y con el interior de Andalucía a partir de la red portuaria, este colectivo elaborará antes de 2009 un proyecto piloto para poder adscribirse a un pionero proyecto europeo -el Odyssea- que persigue la integración de los recintos náuticos en el entorno aprovechando las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías.

Así el usuario de un puerto podrá recibir información puntual y detallada sobre cualquier destino del interior, su historia, cultura o gastronomía, desde la oficina que se habilitará en el propio recinto náutico o bien a través del teléfono móvil, en este último caso, en tiempo real.

## Apoyos

Marinas de Andalucía ya cuenta con la colaboración de la Consejería andaluza de Turismo y Deportes en calidad de socio institucional, que es un requisito indispensable para formar parte de este



PROYECTO. José Figueroa, José Carlos Martín, Alicia Jiménez y Juan Luis Lima, en la asamblea. / J-L

ambicioso programa y acceder a subvenciones de la Unión Europea. Según informó José Carlos Martín, presidente de este colectivo -que representa al 90 por ciento de los puertos privados andaluces y a más del 60 por ciento de todos los atraques- se puede costear más del 75 por ciento del montante total con cargo a los fondos

comunitarios, ya que, hay dotación presupuestaria hasta 2013. El resto lo tendrían que aportar socios privados y administraciones. De ahí que busquen implicar a los municipios andaluces y entidades y organismos públicos. Pero este programa interregional apunta más alto, ya que, se podrá vender Andalucía en el resto de puertos

europeos que se adscriban a la iniciativa. En Languedoc Roussillon (Francia) y en Cataluña, se desarrolla actualmente de forma experimental. A juicio de Martín, servirá para dar respuesta a una demanda turística cada vez más exigente y favorecer la creación de riqueza y empleo en las regiones donde se implante.

## El turismo idiomático genera unos beneficios en la provincia de 251 millones

AMANDA SALAZAR MÁLAGA

La enseñanza de español para extranjeros se ha convertido en un sector clave del turismo malagueño. Con más de 32.200 alumnos al año en 2006 en los 32 centros repartidos por toda la provincia, este segmento de idiomas aporta el 1% del PIB malagueño con unos beneficios de 251 millones de euros, según un estudio realizado

por la Fundación CIEDES.

Málaga se ha convertido en los últimos cinco años en uno de los principales destinos de enseñanza de español gracias a su oferta cultural y turística, además de la calidad de los cursos de enseñanza que, según el informe, se fundamenta en que más de la mitad de los centros de idiomas malagueños que oferta español para extranjeros tienen certificados del

Instituto Cervantes o de la Universidad de Alcalá.

En cuanto al perfil del turista idiomático en Málaga, suelen ser universitarias alemanas de entre 18 y 24 años que realizan cursos de entre 15 y 30 días. El presupuesto de viajes de estos turistas es de 2.600 euros por cabeza.

Debido a la importancia creciente de este sector, que genera más ganancias que la actividad del

Palacio de Ferias, según indicaron fuentes de la CIEDES, la fundación se propone crear una marca de Málaga como destino idiomático, crear un centro permanente de formación del profesorado y diseñar servicios para estos estudiantes, como un carné específico, un centro de interpretación de recursos turísticos y una oficina de atención al estudiante extranjero. Un atractivo más para que la provincia se afiance en este sector, según la fundación, que destaca que el 75% de los estudiantes que han pasado por Málaga recomendarían el destino a otras personas para estudiar español.

## El aeropuerto de Málaga registra un 4,7% más de pasajeros en noviembre

P. MARTÍNEZ MÁLAGA

El aeropuerto de Málaga registró el pasado mes de noviembre un 4,7% más de pasajeros que en el mismo periodo del año pasado, pero este incremento es la mitad del experimentado en el conjunto de las terminales españolas, según los datos facilitados ayer por Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA).

El aeropuerto de Málaga operó durante noviembre 8.608 vuelos con un total de 823.137 pasajeros, lo que supone un descenso del 2,2% en el número de operaciones y un aumento del 4,7% en el de usuarios respecto al mismo mes del año pasado. Esta actividad ha permitido al aeropuerto malagueño sumar en los once primeros meses del año casi trece millones de pasajeros, concretamente 12.825.047 de turistas. El dato supone un 3,9% más que en el mismo periodo de 2006. En cuanto a los vuelos, Aena cifra en 121.213 las operaciones, un 1,6% más.

## Mercados

Del total de movimientos en noviembre, 8.149 fueron vuelos comerciales, de los que 3.339 fueron nacionales -un 1,2% más que el año pasado- y 4.810, internacionales.

De la estadística de Aena se puede constatar una evolución pareja del turismo nacional y extranjero. Es más, de los 825.698 pasajeros de vuelos comerciales, 258.879 viajaron en vuelos nacionales -un 4,6% más- y 566.729, en vuelos internacionales -un 4,7% más-. En cuanto a los mercados destaca el predominio de turistas del Reino Unido.

Por su parte, los seis aeropuertos andaluces han registrado en noviembre más de 1,45 millones de pasajeros.

En el conjunto nacional, los aeropuertos españoles operaron 193.000 vuelos en noviembre, un 6,6% más que en el mismo mes de 2006. Por estas instalaciones pasaron 14,9 millones de pasajeros -un 9,7% más-, y se transportaron más de 35.200 toneladas de mercancías, es decir, un 4,1% menos.



Aspecto del Puerto de la Duquesa, en la localidad malagueña de Manilva.

# Los puertos deportivos reinventan el turismo náutico

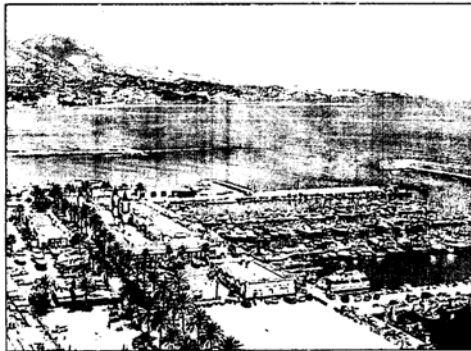
## El proyecto Odyssea ofrecerá paquetes turísticos además de amarres

LYDIA CAPITÁN Sevilla

De primero, un agradable paseo en barco o una descarga de adrenalina a bordo de una moto acuática. De segundo, una lección de historia en las salas de un museo. Seguimos con un homenaje al paladar disfrutando de un buen oloroso o descubriendo el sabor del mar en los mariscos más jugosos. Y rematamos la ruta con una inyección de aire puro en un paraje natural de la sierra andaluza. Además de ser una interesante forma de pasar una completa jornada de ocio, estas propuestas son también las cuatro escalas principales del nuevo paquete turístico que propone el programa Odyssea, una innovadora redefinición del turismo náutico que ya ha dado buenos resultados en otros países de Europa. El proyecto, apoyado por las asociaciones española y europea de puertos deportivos, lo intenta lanzar ahora en la comunidad Marinas de Andalucía, la agrupación privada del sector, con la ayuda de la Consejería de Turismo.

Las ciudades portuarias andaluzas irradian historia y uno de los objetivos de esta iniciativa es poner en valor la riqueza patrimonial, arquitectónica e incluso gastronómica de cada zona del litoral, partiendo de sus puertos, convirtiéndolos en ejes vertebrados del territorio en el que se integran.

Así, el fruto más inmediato de este proyecto será la creación de las "ciudades Odyssea", que rescatarán el liderazgo que la navegación ha tenido históricamente como nexo de unión comercial y cultural entre distintas civilizaciones. Sin embargo, lo que pretende precisamente el proyecto Odyssea es



Vista del puerto deportivo de Fuengirola, en Málaga.

## Un sector en conflicto abierto con la Junta

El presidente de Marinas de Andalucía, José Carlos Martín, afirma que el sector náutico andaluz lleva años estancado debido a que la Administración "no cuenta con la iniciativa privada", algo que "ha supuesto un freno político ante la creciente demanda del moderno turismo náutico", señaló. "Los recursos públi-

cos se deben destinar a demandas de los ciudadanos como la sanidad o la seguridad" y no a los muelles deportivos, ya que "para eso existe un sector privado muy capacitado", subrayó Martín. "No entendemos por qué los impuestos de los andaluces sirven para que un señor tenga un barco", añadió. Por otra

parte, Martín no cree que la actual crisis vaya a afectar al sector. Andalucía cuenta con 38 instalaciones náuticas censadas, de las que nueve son gestionadas por el Estado y el resto corresponden a la Junta, que controla 11 de ellas directamente. Una docena de recintos pertenecen a Marinas de Andalucía.

que la oferta turística de los atracaderos no se quede únicamente en la vida marítima, sino que estas instalaciones se conviertan en verdaderas oficinas de turismo desde donde los visitantes puedan descubrir la esencia del destino en todas sus facetas, promoviendo así una nueva concepción del turismo náutico sostenible más allá de la mera gestión de amarres.

### Rutas por mar y tierra

El programa define rutas históricas marítimas, pero a la vez terrestres, que integran desde la pesca de ocio y actividades de submarinismo hasta visitas a edificios históricos, pasando por jornadas gastronómicas y rutas de senderismo. Para vincular el turismo del litoral y el de interior se crearán expediciones mar-tierra y viceversa que se pretenden incluir en los itinerarios culturales del Consejo de Europa, al igual que el camino de Santiago o las rutas de la seda. El visitante sabrá que, más allá del recinto portuario, al llegar a su destino podrá visitar un castillo o conocer el proceso de elaboración de un producto típico del lugar bajo el sello Odyssea.

El proyecto Odyssea ya funciona con éxito en Malta, Córcega y Creta y se encuentra muy desarrollado en Cerdeña, donde se ofrece a los navegantes paquetes de turismo activo que integran tanto a cofradías de pescadores como a cooperativas de queso y vitivinícolas. En España, la iniciativa se está gestando en Cataluña y también en puertos de Asturias y Cantabria. En Andalucía, el proyecto se encuentra en fase experimental y, si se cumplen las previsiones, empezará a implantarse a finales de año para completarse en 2013.

# El sello Odyssea desembarca en Cataluña

El proyecto relaciona turísticamente a los municipios costeros con sus principales valores culturales

EMILI GONZÁLEZ

Puertos, territorios e historia. Tres conceptos que se unen mediante el proyecto Odyssea, que potencia el turismo de las ciudades que vinculan al mar con su historia, cocina y naturaleza.

Con el fin de potenciar la capacidad de atracción de este tipo de municipios que viven de cara a la costa, Odyssea llega a Cataluña para consolidar turísticamente a aquellas localidades portuarias que presentan una relación muy estrecha con el territorio en que se encuentran. De hecho, así lo expusieron los responsables del ambicioso proyecto con sello de calidad en una conferencia que impartieron ayer en el Espai del Mar del Pabellón 1 de la feria.

El presidente del Salón Náutico, Enric Puig, inauguró el acto y enseguida subrayó, por encima de otros aspectos, el nivel de compromiso que iniciativas como la de Odyssea suponen para el sector y el entorno más directo en el que la industria de los barcos se desarrolla. «Este proyecto trata de aprovechar al máximo las sinérgias que a su alrededor crean



De izquierda a derecha, Regis López, Xavier Rouquet, Gabriel Sandoval, Enric Puig y Xavier Mangrané. / CHRISTIAN MAURY

las ciudades portuarias y se enfrenta, de manera eficaz, a aquellos retos territoriales que se comprometen con un desarrollo absolutamente sostenible», señaló Puig en una breve intervención.

Después, el turno correspondió al presidente de la Federación Española de Asociaciones de Puertos Deportivos y Turísticos, Gabriel de Sandoval, que desglosó algunas de las particularidades

del proyecto. «Odyssea revaloriza el papel de los puertos deportivos y del territorio en que se encuentran al asumir como propio el notable impacto socioeconómico que este tipo de instalaciones ma-

ritimas implican en el país del que forman parte», comentó.

Y es que la apuesta por aprovechar al máximo los beneficios turísticos que comporta el privilegiado emplazamiento en el mapa de determinadas localidades costeras cuenta con un aliado excepcional en un proyecto que apuesta por crear una marca-país a través de los sellos de escala náutica, escala cultural, de patrimonio y paisajes, escala de naturaleza, además de una última categoría de clasificación que hace referencia a los sabores y las artes de la vida (gastronomía, de por medio).

Esta especie de certificado de interés que vincula a la tierra con el mar (y viceversa) funciona desde hace un cierto tiempo en Francia, donde el gobierno galo ha integrado la iniciativa en su política costera. El proyecto Odyssea, que ahora llega a Cataluña, se ha implementado con éxito en la isla de Córcega y las regiones italianas de la Liguria, la Toscana y la Cerdeña a través del programa Odyssea Tirreno.

Precisamente, para comentar cómo se ha desarrollado este proyecto más allá de nuestras fronteras, la conferencia contó con la presencia del presidente de la *Mission Odyssea Francia*, que se congratuló de que «Cataluña entre en la aventura humana y territorial que, sin dudas, representa esta iniciativa».

El acto acabó con la proyección de un vídeo que sirvió para que los asistentes comprobaran la extraordinaria riqueza que envuelve a muchos de los municipios que disponen de un puerto deportivo. Odyssea propone la manera de aprovechar al máximo esta ventaja que brinda la naturaleza.