

Aluvión de reservas alemanas hacia Mallorca: aumentan un 10%

● El primer mercado turístico de Baleares valora la seguridad mientras las ventas a Turquía o Egipto se desploman un 25% ● El presidente de TUI en Alemania asegura que 2016 será el año de las Islas

HUGO SÁENZ PALMA
Baleares suma y sigue. Después de cuatro temporadas turísticas de récord—que los empresarios han aprovechado para invertir durante las temporadas bajas sumas millonarias en reformas y reposicionarse así en el mercado—la de 2016 viene igual de satisfactoria, tal y como se desprende de las previsiones que manejan los principales turoperadores y así quedará refrendado la próxima semana durante la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur) que arranca el miércoles.

Si las reservas desde el Reino Unido hacia Baleares ya estaban un 4% por encima de las de 2015 a estas alturas del año, el principal mercado turístico para las Islas, el alemán, no se queda atrás. Como publicó esta semana EL MUNDO / El Día de Baleares, los recientes atentados terroristas en países como Turquía, Egipto o Túnez provocarán un desvío masivo de viajeros hacia otros destinos más seguros de la cuenca mediterránea, como Baleares, Grecia o Croacia. Las cifras ya empiezan a corroborar esta inercia, que se convertirá en tendencia antes de la ITB de

te de África se desviarán a lugares más seguros como Mallorca. Ni la ecotasa ni el proteccionismo del Pacte—escenificado con el reciente decretazo—afectarán este año a unas llegadas que se prevén de récord. Lo confirman también los empresarios, que reconocen que la situación de los destinos competidores hará que las cifras sigan siendo espectaculares, eso sí, debido al infortunio de otros lugares.

De hecho, la situación en el mercado alemán es tan favorable para los intereses de las Islas que el principal turoperador germano, TUI, ya

habla de 2016 como «definitivamente el año de España». Fue esta misma semana, cuando Sebastian Ebel, consejero delegado de TUI Alemania, aseguró que «las reservas de las vacaciones de verano están creciendo a dos dígitos (más del 10%)» por lo que confió en que destinos como Baleares puedan aprovechar la debilidad de la demanda de otros destinos como el norte de África.

Conscientes de la situación que se les viene encima, tanto Turquía (tercer mercado en importancia para TUI) como Egipto están tratando por todos los medios de minimizar

LAS ISLAS GRIEGAS Y CROACIA, RIVALES EN 2016

Competencia. Toda vez que los destinos mediterráneos ubicados en el norte de África llevan tiempo sin pasar por su mejor momento, otros lugares como Croacia o las Islas Griegas emergen como los principales rivales de Baleares en esta nueva temporada que comenzará más pronto que en los últimos años, con más del 50% de la planta hotelera ya abierta en marzo, por el efecto de la Semana Santa. El aumento de turistas alemanes hacia Croacia en los últimos meses es del 7%, mientras que en la isla heleno de Kos el incremento ha sido del 17%.

el hundimiento de las reservas que con toda seguridad sufrirán el próximo verano. Así, ambos países se han propuesto recuperar el mercado alemán—muy tocado tras los últimos sucesos—y para lograrlo han bajado notablemente los precios, con subvenciones de hasta el 75% a los turoperadores y lanzando agresivas campañas de publicidad para recuperar cuota de mercado.

Una de cada cuatro ventas de paquetes turísticos en Alemania es al archipiélago

Berlín y que servirá como excelente carta de presentación para la delegación balear en Fitur.

Así, las ventas de paquetes vacacionales desde Alemania hacia Mallorca para el próximo verano se han disparado un 10% en el último mes, según los datos que maneja Traveltainment, la principal central de reservas germana, con más de 11.000 agencias de viajes asociadas y unos 130 turoperadores. La fuerza del destino es ya tan determinante que Baleares tiene una cuota de mercado del 24% en el país teutón. O lo que es lo mismo, en los últimos meses una de cada cuatro ventas de vacaciones en Alemania es al archipiélago. Algo que contrasta con la situación de sus principales competidores, como Turquía o Egipto, donde las reservas se están desplomando a ritmos del 25%.

Tal y como auguró esta semana el presidente de Exceltur, José Luis Zoreda, muchos de los turistas que antes elegían estos destinos del nor-



Turistas ataviados con colchones se disponen a disfrutar de un día de playa en el Arenal. C. FORTEZA

Air Berlin advierte de la volatilidad del turismo

El presidente de la compañía muestra su confianza en Mallorca pero avisa de la caída en los márgenes

H. S. PALMA
Dos meses después de decidir poner punto final al *hub*—nudo de comunicaciones—del aeropuerto de Palma y concentrarse sólo en las rutas internacionales y de larga distancia, Air Berlin está dispuesta a seguir invirtiendo en Mallorca tras el reajuste que sufrirá su red de vuelos. Así lo ha asegurado su máximo responsable, Stefan Pichler, en una entrevista con-

cedida a la publicación especializada alemana FVW, en la que avanza también que están «reduciendo la oferta donde no hay grandes oportunidades e invirtiendo en nuestros mercados de referencia, por ejemplo, Mallorca, Canarias, Italia y las rutas de larga distancia».

Según Pichler, ésta es la razón por la que Air Berlin va a potenciar a partir de ahora *hubs* como

los de Düsseldorf o Berlín, en detrimento del de Palma, tal y como avanzó este diario.

No obstante, Pichler destaca que la compañía tiene «muchos mercados turísticos que siguen siendo muy atractivos», como Mallorca, aunque admitió que el negocio del turismo «también es volátil» y advirtió de que los márgenes están cayendo. Por ello, avanzó de cara al futuro que se

sienten cómodos «creciendo junto con operadores turísticos donde es posible lograr rendimientos razonables».

En otra parte de la entrevista, Pichler reconoce abiertamente que Air Berlin no puede competir en precios con aerolíneas como Ryanair, cuyos costes operativos son un 25% más bajos. Pero se muestra convencido de poder hacerlo con Lufthansa o Air France.