

1st SUMMIT OF PRESIDENTS OF TRAVEL AGENCIES ASSOCIATIONS

CORDOBA
7-9 November 2013

MANIFIESTO DE CÓRDOBA

CORDOVA MANIFESTO

1.- AGENCIAS DE VIAJES, ACTORES CLAVE DEL SECTOR TURÍSTICO

Gracias a la iniciativa lanzada por CEAV materializada en esta I Cumbre Mundial de Presidentes, las Agencias de Viajes han puesto de manifiesto su relevancia en el sector turístico. Las Agencias de Viajes han sido y siguen siendo actores claves e imprescindibles en el movimiento de los flujos turísticos a nivel mundial.

1.- TRAVEL AGENTS, KEY PLAYERS IN THE TOURISM INDUSTRY

Thanks to the initiative undertaken by CEAV (Spanish Confederation of Travel Agencies), this 1st International Summit of Presidents has asserted the present and future relevance of travel agencies in ensuring the development of global tourism flows.

2.- ASOCIACIONISMO EN EL S. XXI

En el siglo XXI las Asociaciones se enfrentan a nuevos retos, en un entorno cambiante, y poco favorable. Precisamente por ello, ahora más que nunca, queda patente la necesidad de que las Agencias de Viajes estén representadas por Asociaciones fuertes e interconectadas a nivel, ya no solo regional, sino también mundial, en paralelo a la estrategia global de los principales actores de nuestra industria, que están trasladando los grandes temas de debate a mesas de negociación mundiales.

2.- ASSOCIATIONS IN THE 21ST CENTURY

Associations face new challenges in this changing and adverse environment that is the 21st century. Today, more than ever, travel agents need to be represented by strong associations who work together at a regional and international level. This would run parallel to the global strategy of the main actors of our industry, who are taking the debate of these important topics to international negotiation tables.

3.- NUEVOS MODELOS DE DISTRIBUCION AEREA

El desarrollo de un nuevo modelo de negocio no debe venir impuesto por ninguno de los actores, sino que debe hacerse un esfuerzo conjunto para desarrollar un modelo neutral que a todos beneficie, permitiendo la distribución transparente de los productos y servicios aéreos en todos los canales de distribución, de forma no discriminatoria.

IATA asumió el compromiso de establecer un foro de negociación con presencia de todos los actores implicados, para el desarrollo del NDC.

4.- FACILITACIÓN DEL VIAJE Y CONECTIVIDAD

La política de visados es clave para el Sector turístico. Una política excesivamente restrictiva puede perjudicar gravemente la llegada de turistas a un destino concreto. Es absolutamente necesario que Autoridades Nacionales y Supranacionales trabajen en estrecha coordinación con los agentes de viajes de todo el mundo, para que sus políticas en esta materia faciliten los flujos turísticos.

La conectividad es clave para el desarrollo turístico de los destinos. Los agentes de viajes, por la propia naturaleza de su actividad, son nexo de unión entre los distintos actores del sector turístico, estando en contacto directo con los turistas, que son sus clientes, por lo que se encuentran en una posición privilegiada para trasladar las necesidades de conectividad de los destinos.

3.- NEW AIRLINE DISTRIBUTION MODELS

The development of a new business model should not come as an imposition from any of the actors. Instead, we should make a joint effort to encourage a neutral, fair and no discriminatory model to enable enhanced distribution of airline products through any channel.

IATA has taken on the commitment of establishing a working group, with the presence of the industry's key players, for the development of NDC.

4.- TRAVEL FACILITATION AND CONNECTIVITY

Visa policies are vital for the tourism industry. Highly restrictive policies can seriously damage visitor flows to specific destinations. It is absolutely necessary that both national and supranational authorities work in partnership with travel agents all around the world to formulate policies that encourage tourist flows.

Connectivity can have a significant impact on the development of the destinations. Travel agents, due to the nature of their activity, are a link between all the different actors of this industry. They are in direct contact with the tourists, their clients, and that places them in a privileged situation to translate the connectivity needs of the different tourist destinations.

5.- APUESTA POR EL TURISMO SOSTENIBLE

La sostenibilidad es no sólo una prioridad, sino también una necesidad, para las agencias de viajes, pero también para los otros actores que participan en el sector turístico, como muestran las experiencias de importante proveedores de transportes, tanto aéreo (IBERIA), ferroviario (RENFE) y de vehículos de alquiler (AVIS).

5.- TOWARDS SUSTAINABLE TOURISM

Sustainability is more than a priority, it is a need. Not only travel agencies have to work in this area, also all the other actors that take part in the tourist sector, as proven by the experiences of important transport suppliers, such as air transport (IBERIA), rail transport (RENFE) or car rental companies (AVIS).

6.- CODIGO ETICO MUNDIAL PARA EL TURISMO DE LA O.M.T.

Gracias a la firma de este Código por parte de 12 Asociaciones de Agencias de Viajes, se ha demostrado el firme compromiso de las Agencias en el desarrollo de un turismo sostenible y responsable, que en su actividad diaria prestan especial atención a los aspectos sociales, culturales y económicos de su entorno y de los diferentes destinos.

6.- W.T.O. GLOBAL CODE OF ETHICS FOR TOURISM

The sign of the Code of Ethics by 12 Associations of Travel Agencies is an evidence of the strong commitment of Travel Agencies to work in favour of the development of a responsible and sustainable tourism, by paying special attention to social, cultural and economic circumstances of their environment and of the different destinations in their daily activities.

7.- CÓRDOBA Y ANDALUCÍA

Con más de un millón de visitantes anuales, la Provincia de Córdoba se encuentra en un momento turístico importante. Desde la Administración se trabaja para realzar la oferta turística de una Provincia que durante los últimos años, viene cobrando un especial protagonismo en el conjunto de la industria nacional.

La Ciudad de Córdoba y su Provincia, es un destino líder, por su gran oferta cultural y gastronómica, y por sus productos turísticos específicos como

7.- CORDOVA AND ANDALUCIA

Attracting over a million visitors per year, the Province of Cordova finds itself as the height of its tourism development. The provincial government is working to boost the offer of a Province that for the last few years has become prominent in the Spanish tourism industry.

The city of Cordova, and its Province, is an outstanding destination due to its great cultural and culinary offer, and for its specific tourist products such as

el turismo de congresos y convenciones, turismo gastronómico y turismo rural y de naturaleza. Es un destino turístico preferente y renovado, fácilmente comercializable por las agencias de viajes y que esta comercialización ayudará, sin duda, a incrementar las pernoctaciones, romper la estacionalidad y unir la ciudad con su provincia. Todo ello con la cultura como seña de identidad.

Hoy en día, Andalucía se ha posicionado como uno de los principales destinos turísticos, tanto a nivel nacional, como internacional. Con casi 30 millones de visitantes anuales, la industria turística se presenta como una de las principales referencias económicas de la Comunidad, tanto por su relevancia social, como por su impacto ambiental. Por este motivo, desde la Administración se trabaja con el objetivo de consolidar, todavía más a Andalucía como un destino turístico de referencia a nivel mundial.

Por todo ello, CEAV quiere recomendar, de manera muy calurosa, Andalucía, y especialmente Córdoba, como destino preferente para el mercado español e internacional, lo que, sin duda, añadirá, en un futuro inmediato, un incremento sustancial en el tráfico turístico.

conference and fair packages, culinary tourism and rural tourism products. For many travellers this has become a preferential and renewed tourist destination, easy to market for travel agencies. This will certainly help increase the number of overnight stays, impact on its seasonality and link the city with its Province; with culture as its insignia.

Andalucia has become one of the most important national and international tourist destinations. Drawing almost 30 million visitors per year, tourism is one of the most important economic references for the Region, for its social importance but also for its environmental impact. For this reason, the regional government is striving towards the establishment of Andalucia as a tourist destination at an international level.

CEAV wants to highly recommend Andalucia, and especially Cordova: a preferential destination for the Spanish and international market that in the near future will indeed see an important increase in the number of visitors it welcomes.

**1^a CUMBRE MUNDIAL DE
PRESIDENTES DE AGENCIAS
DE VIAJES**

**CÓRDOBA
7-9 Noviembre 2013**