

# **PLAN BIENAL**

**Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas del Aeropuerto de  
Palma de Mallorca**

# ***Plan Bienal del CDRA de PMI***

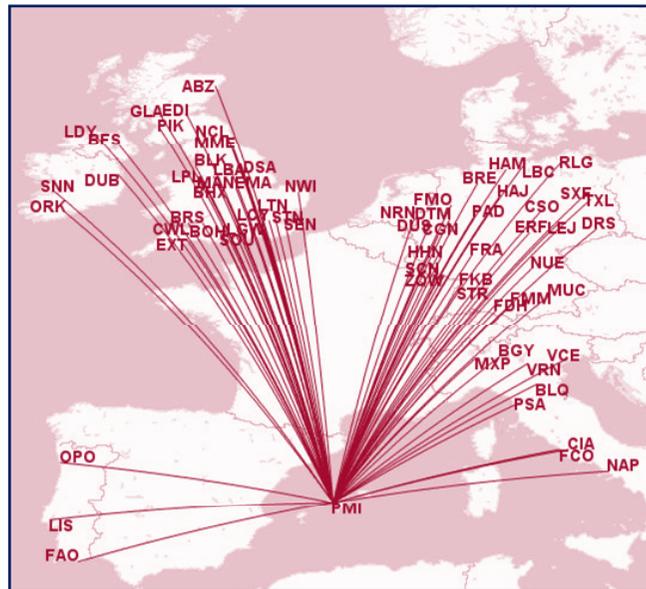
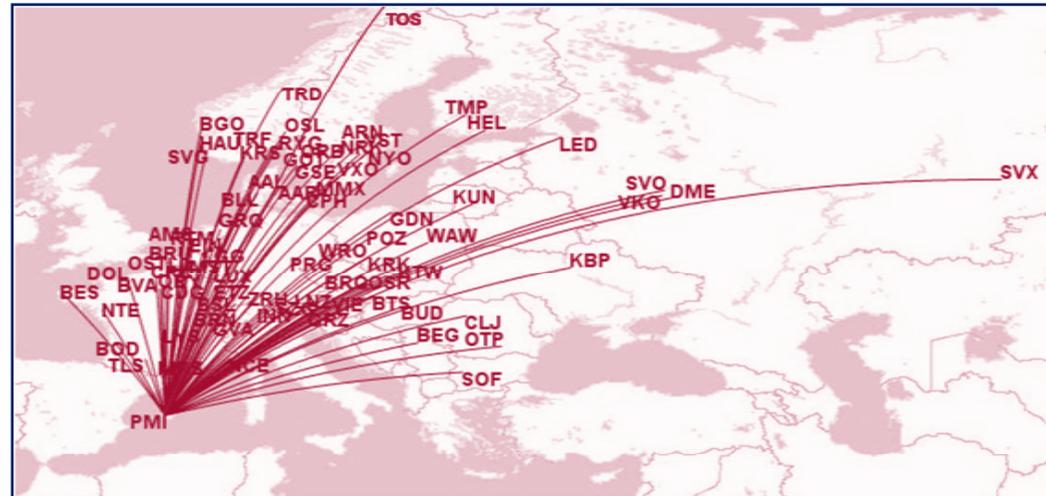
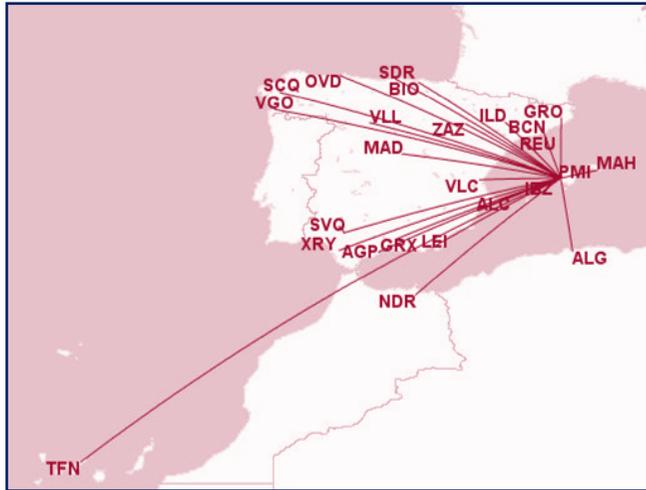
## ***Objeto del Plan Bienal***

### **Plan Bienal: Líneas estratégicas**

- Apertura de rutas regulares hacia los principales mercados emisores que aún no cuentan con conexiones.**
- Apertura de nuevas rutas hacia destinos domésticos.**
- Potenciar el incremento de vuelos en los meses previos y posteriores a temporada alta, en temporada baja y mantenimiento de la actividad.**

# Plan Bienal del CDRA de PMI

## Análisis de Mercado – Mapas de conectividad (2012)



### Top 10 Internacional

- ⇒ Alemania: 27
- ⇒ R. Unido: 26
- ⇒ Francia: 13
- ⇒ Noruega: 9
- ⇒ Suecia: 9
- ⇒ Italia: 9
- ⇒ Polonia: 6
- ⇒ Austria: 5
- ⇒ Federación Rusa: 5
- ⇒ Holanda: 5

### Destinos 2012 = 170

- ⇒ España: 22
- ⇒ Europa: 146
- ⇒ África: 2

# *Plan Bienal del CDRA de PMI*

## *Elección de los Mercados Objetivo*

### Mercados potenciales:

1. Países Nórdicos
2. Rusia
3. Gran Bretaña
4. Centro Europa



# *Plan Bienal del CDRA de PMI*

## *Mercados Potenciales*

- Potencial de crecimiento especialmente en los meses de temporada baja.**
- Presentar y promocionar los productos alternativos al “Sol y Playa”, así como monitorizar la existencia de oferta real.**

# Plan Bienal del CDRA de PMI

## Mercados Potenciales: Centro Europa

### La Operativa HUB aporta un valor adicional con respecto a la operativa “punto a punto”

- ❑ Las operativas HUB contribuyen a un incremento de la conectividad y representa una plataforma para la promoción en los mercados emisores por desarrollar. Asimismo, tiene otros efectos positivos sobre la economía.
- ❑ En la actualidad existe una operativa HUB establecida para la conexión entre países como **Alemania y Austria, y la península.**
- ❑ El aeropuerto de Palma de Mallorca goza de una situación privilegiada para el **desarrollo de operativas HUB** entre el norte y centro de Europa con la península.
- ❑ Concentrar esfuerzos por parte de las instituciones y Aena Aeropuertos, S.A. encaminadas a potenciar este tipo de operativas.

# Plan Bienal del CDRA de PMI

## Mercados Potenciales: Compañías aéreas a contactar

Relación orientativa de posibles aerolíneas a las que contactar:

**Mercado potencial - Países Nórdicos:**

Norwegian, SAS, Thomas Cook SK, Finnair, Air Finland, TUIFly Nordic, Air Berlin, Malmo Aviation, Jet Time.

**Mercado potencial – Rusia:** Transaero, S7 Siberia Airlines, Aeroflot, Vueling, Air Berlin, Air Europa y turoperadores rusos.

**Mercado potencial - Reino Unido:**

Thomson, Jet2, easyJet, Monarch, Ryanair, Thomas Cook UK, BA Cityflieger

**Mercado potencial – Centro Europa:**

Air Berlin, Condor, TuiFly, Lufthansa, Germanwings

# Plan Bienal del CDRA de PMI

## Paquete de ayudas por parte de Aena Aeropuertos



### Incentivo para la **desestacionalización** del tráfico

Descuento del **20%** por salida de pasajero en las cuantías de *pasajeros y seguridad* durante los meses de menor actividad (de noviembre a marzo)

### Incentivo para la apertura de **nuevas rutas**

Descuento del **50%** en las cuantías de pasajeros y seguridad durante el **primer año** de operación de la nueva ruta y un descuento del **25%** en el **segundo año**.

### Incentivo para la operación de **conexión**

Descuento del **20%** en las cuantías de pasajeros y seguridad.

Guía Tarifas  
2013

Edición enero 2013



Aeropuerto de Palma de Mallorca  
Aeroport de Palma de Mallorca  
aena aeropuertos

# *Plan Bienal del CDRA de PMI*

## *Paquete de ayudas por parte de Aena Aeropuertos*

### Actuaciones de *Marketing Support* para los casos de nuevas rutas

- Difusión de la nueva ruta a través de la **página web** y en **redes sociales**, y diversas actuaciones de comunicación
- Descuento en diferentes servicios del aeropuerto
- Espacios publicitarios** gratuitos a disposición de las aerolíneas
- Vuelo inaugural:** Bautismo del avión

# *Plan Bienal del CDRA de PMI*

## *Paquete de ayudas por parte la ATB*

### CO-BRANDING

- ❑ **Participación de compañías aéreas** en la convocatoria de co-branding promocional del año 2013 (publicada en BOIB de 8 de enero de 2013).
- ❑ **Unión estratégica de la compañía y las marca *Mallorca*** con el objetivo de incrementar su imagen, potenciar su valor y su rentabilidad.
- ❑ Gracias a la puesta en marcha de acciones promocionales, las marcas colaboradoras y las que gestiona la ATB se **ayudarán recíprocamente a alcanzar sus objetivos de imagen y comunicación.**

# Plan Bienal del CDRA de PMI

## Paquete de ayudas por parte la ATB

### CO-MARKETING

- ❑ **Participación de compañías aéreas** en la convocatoria de co-marketing promocional del año 2013 (publicada en BOIB de 22 de enero de 2013).
- ❑ **Estrategia “win to win”** donde las compañías y la ATB cooperan aunando esfuerzos promocionales que incrementen el volumen de ventas y que los potenciales viajeros perciban un aumento en el valor ofrecido.
- ❑ Permite incrementar de forma global los presupuestos destinados a promoción por las entidades que participan y, por tanto, **reducir costes ampliando objetivos**.
- ❑ Esta convocatoria va dirigida a **potenciar promocionalmente los meses de marzo, abril, mayo, septiembre, octubre y noviembre** con la finalidad de incrementar el número de turistas que visitan nuestro destino.

# ***Plan Bienal del CDRA de PMI***

## ***Paquete de ayudas por parte del Ayto. Palma de M.***

La ***Fundación Turismo Palma de Mallorca 365*** ha fijado ciertos incentivos para las **aerolíneas que abran nuevas rutas** con destino Palma de Mallorca, las cuales se detallan a continuación:

➤ Los pasajeros del primer vuelo de cada una de las nuevas rutas podrán **disfrutar de forma gratuita** de las siguientes actividades:

- Autobús turístico de Palma** con validez de 24 horas.
- Entrada gratuita al ***Castillo de Bellver y Museo de Historia*** de la Ciudad.
- Entrada gratuita a la ***Fundación Pilar i Joan Miró de Palma***.

# ***Plan Bienal del CDRA de PMI*** ***Paquete de ayudas por parte del Ayto. Palma de M.***

Por otra parte, se ponen a disposición de la compañía aérea los siguientes **soportes publicitarios** durante el periodo de 15 días:

- Vallas publicitarias**, cuya producción de las piezas correrá a cargo de la compañía
  
- OPIs**, cuya producción de las piezas correrá a cargo de la compañía
  
- Vinilos publicitarios en la trasera del autobús turístico de Palma**, cuya producción de las piezas correrá a cargo de la compañía

# Plan Bienal del CDRA de PMI

## Programa de Trabajo 2013-2014. Calendario de Acciones

ACCIONES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Reunión CDRA. Aprobación Plan Bienal (2013)	■	■										
FITUR Madrid		■										
ITB Berlín			■									
MITT Moscú			■									
Reunión CDRA previa temporada de verano. Revisión Plan Bienal				■								
Routes Europa					■							
Routes Mundial										■		
Reunión CDRA previa temporada de invierno. Revisión Plan Bienal									■			
WTM Londres											■	

Nota 1: A excepción de la primera actuación del calendario, el resto de actuaciones se repiten en ambos años.

Nota 2: *Routes* es un foro sectorial de rutas en el que participa Aena.