

CruisesNews Media Group

Edif. Alba - C/ Rosa de Lima, 1,
28290 Las Matas • Madrid
Telf.: +34 91 630 64 99
Fax: +34 91 831 63 24
e-mail: informacion@cruisesnews.es

ES UN PRODUCTO **CruisesNews**
MEDIAGROUP
Where the cruise things are...

NOTA DE PRENSA /13 de septiembre 2011

El I International Cruise Summit acerca a Madrid, del 26 al 28 de octubre, a los principales líderes mundiales del sector turístico de cruceros

El evento reforzará el papel de España en una industria que, durante el año pasado, atrajo a siete millones de cruceristas a nuestro país, lo que supuso un incremento del 12%.

El I International Cruise Summit 2011, evento organizado por Cruises News Media Group convertirá a España, del 26 al 28 de octubre, en centro internacional de la industria turística de cruceros, atrayendo a la capital a los principales agentes del sector. Éstos podrán debatir, durante tres días, sobre la situación de un sector que, en estos momentos, mueve en nuestro país a 7 millones de turistas anuales, cifra que supuso un incremento del 12% respecto al último ejercicio.

Así, tras la recepción oficial, que tendrá lugar en la noche del miércoles 26, las jornadas se inaugurarán en la mañana del jueves en un acto al que están invitados, entre otros, Joan Mesquida, secretario general de Turismo; Antonio Bernabé, presidente de Turespaña; Fernando González Laxe, presidente de Puertos del Estado; Ángeles Alarcó, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid; Tim Marking, presidente del Consejo Europeo de Cruceros; o Mighel Paige, presidente de la Asociación de Cruceros Florida Caribbean.

A continuación, tendrá lugar una primera sesión que, bajo el título 'Buscando nuevos destinos de cruceros', estudiará la situación de las rutas internacionales, definiendo y proponiendo distintas estrategias a través de las principales travesías -Mediterráneo, Atlántico, Norte de Europa, Caribe y Asia-, y prestando especial atención a los temas medioambientales. En la misma intervendrán Neil Palomba, director de Operaciones corporativas de MSC Crociere; Francis Riley, vicepresidente y manager general de Norwegian Cruise Line; Philip Ordever, vicepresidente y de ventas y marketing de Crystal Cruises; Ignacio Aguilera, vicepresidente y manager general de mercados internacionales de Pullmantur; William Gibbons, director de PSA UK; Michel M. Peige, presidente de la Asociación de Cruceros Florida Caribbean; y Mark Robinson, director general de Intercruises.

Por su parte, la segunda sesión abordará 'El impacto económico y las oportunidades de negocio'

INTERNATIONAL CRUISE summit

del sector, contando con una introducción de Peter Wil, director general de GP Wil. Intl., en la que expondrá el impacto económico actual en la industria de cruceros. En el debate intervendrán, entre otros, Giovanni Spaddoni, presidente de Medcruise; Bo Larsen, director de Cruise Baltic; Jens Chr. Skrede, director general de Cruise Europe; Adam Ceserano, vicepresidente de la Asociación de Cruceros Florida Caribbean; o Sebastian Camps, director general de MalagaPort.

El primer día de sesiones concluirá con una mesa redonda sobre 'Destinos, puertos, armadores y promoción de ideales', que contará con una introducción de Luis de Carvalho, consultor de Ceo, en la que abordará la elección de destinos por parte de los propietarios de buques, los factores que hacen más eficaz una promoción, o los atractivos turísticos de las ciudades. En el debate posterior participarán Tine Nathalie Oelmann, jefe de Operaciones del Puerto de TUI Cruises; Eduardo López-Puertas, vicepresidente de Operaciones de Puerto de Pullmantur; Erling Frydenberg, vicepresidente de Operaciones de Hotel de Seadream Yacht Club; Francisco Reddel, mánager de Operaciones de Puerto de Med & Middle East-ROYAL CARIBBEAN; Grant Laversuch, director de operaciones de Saga Cruises; Carlos Buqueras, director de Desarrollo de Negocio de Port Everglades; Luigi Pastena, capitán de Puerto de MSC Crociere; y Mario Sennacheribbo, de Ceo. BC TOURS & SHIPPING.

Primer foro de marketing y venta de cruceros

La segunda jornada, el jueves 28, servirá para celebrar el 1º Foro Nacional de Marketing y Ventas de Cruceros, que permitirá ahondar en el estudio y en el conocimiento del producto. En este encuentro se estudiará el desarrollo sufrida por las herramientas de formación y de información, debatiendo sobre la influencia de las nuevas tecnologías o el papel de las agencias de viajes en las ventas.

La primera intervención de esta jornada correrá a cargo de William Gibbons, director de ACE (Association of Cruise Experts), asociación dedicada a la captación de expertos de cruceros y al apoyo a los agentes de viajes con el objetivo de dotar de mayor tranquilidad a los clientes. Respaldada por 35 líneas de cruceros del mundo y líder en apoyo a más de 12.000 agentes de viajes, su programa de formación incluye módulos e información "online", ferias de cruceros, formación "abordo" y visitas a barco.

La jornada se cerrará con un debate sobre 'El futuro en la venta del producto crucero', en el que se plantearán cuestiones como el papel de las nuevas tecnologías y de las agencias de viajes en el sector, la rentabilidad de las agencias online, o la especialización como fórmula para el éxito. En el mismo intervendrán Emiliano González, director general de MSC Cruceros; Bernardo Echevarría, director general de Costa Cruceros; Belen Wangüermert, directora general de Royal Caribbean; Alfredo Serrano director general de Iberocruceros; Gonzalo Chico, presidente de de Grupo Pullmantur – TBC; Alex Busquet, consultor de ventas de Norwegian Cruise Line; Paul Nuyens, director de Desarrollo de negocio de Seadream Yacht Club; Philip Ordever, vicepresidente de ventas y marketing de Crystal Cruises; Carmen Santa Ana, gerente de producto de Crucero de Viajes El Corte Inglés; César Raúl González, director de Contratación de Nautalia – TBC; Juan J. Olivan Delgado,

