

# PLAN ANUAL OPERATIVO 2023

## Red de Consejerías de Turismo en el Exterior



### 3.13. Italia (febrero 2023)

[www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)



# ÍNDICE

Planificación por mercado	1. Resumen situación del mercado. DAFO	5
	2. Prioridades por grupos de tácticas	7
	3. Prioridades por Segmentos	9
	4. Prioridades por Productos	12
	5. Prioridades por tipología de destino	14
	6. Acciones emblemáticas	16
	7. Plan inicial de actividades	17



## 1. RESUMEN SITUACIÓN DEL MERCADO. DAFO

<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fuerte estacionalidad y concentración del producto sol y playa.</li> <li>2. Alto porcentaje de turismo doméstico.</li> <li>3. Desequilibrio geográfico: la mayor parte de los flujos de viajeros se concentran en el arco mediterráneo, con excepción de Madrid e Islas Canarias.</li> <li>4. Insuficiente nivel de conocimiento de la oferta española, de su variedad y diversidad.</li> <li>5. Peor posicionamiento que otros competidores como destino cultural y comprometido con la sostenibilidad.</li> </ol>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alta notoriedad y actitud muy positiva hacia la marca turística España.</li> <li>2. Proximidad geográfica.</li> <li>3. Fidelidad del turista italiano al destino.</li> <li>4. Afinidades lingüísticas y socioculturales.</li> <li>5. Crecimiento constante y sostenido en los últimos años.</li> </ol>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Situación económica incierta después de dos años de pandemia, en un contexto de alta inflación, con gran alza de los precios energéticos.</li> <li>2. Incentivación del turismo doméstico.</li> <li>3. Agresividad comercial de otros destinos competidores cercanos al emisor y con buena imagen en cuanto a su oferta y su precio (Grecia, Turquía, Egipto, Croacia).</li> </ol>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presencia de un fuerte deseo de viajar, como se ha comprobado en la temporada de verano, que se alarga hasta octubre.</li> <li>2. Fuerte capacidad de crecimiento por la mayor diversificación motivacional y territorial de la demanda del turista italiano post-COVID (destinos no masificados, espacios naturales, actividades al aire libre, teletrabajo en España.)</li> <li>3. Excelente conectividad aérea.</li> <li>4. Demanda creciente de experiencias únicas y personalizadas (bien por cuenta propia, bien a través de agencias <i>taylor made</i>)</li> <li>5. Gran sensibilidad hacia el ecoturismo, turismo activo y turismo rural que suponen nichos de oportunidad.</li> </ol>

El mercado italiano ya está plenamente recuperado después de la crisis de la COVID-19 y la actividad turística se ha retomado con la misma intensidad de antes de la pandemia, incrementándose la confianza en el viajero, pues empiezan a equilibrarse las reservas de última hora con las realizadas con dos o tres meses de antelación.

Según los datos referidos a septiembre 2022 se han recuperado en torno al 85% de las llegadas y el 90% del gasto, y la actividad de promoción se ha reanudado con el dinamismo anterior a la pandemia, como se ha puesto de manifiesto con la buena asistencia a la Feria de Turismo TTG de Rímini.

El foco de la actividad en Italia, está, por un lado, en favorecer la recuperación total de los flujos turísticos desde Italia a España, objetivo a corto plazo del PEM 2021-2024; pero la dinámica del mercado, el perfil del turista italiano (viaja principalmente, solo, en pareja o con amigos), las principales motivaciones de viaje y, sobre todo, la apertura de nuevas rutas aéreas; facilitan que se puedan programar acciones para avanzar en la diversificación temporal, motivacional y geográfica de los viajes desde Italia.

Existen dos excelentes elementos importantes relacionados con la movilidad. Por un lado, la creciente conectividad entre Italia y España, con 20 aeropuertos italianos y españoles conectados por vuelo directo, con destinos muy distintos a los habituales, como los que integran la España Verde (se inician vuelos a A Coruña y Asturias, además se refuerzan otras rutas como Bilbao, y existen vuelos a Santander y Donostia / San Sebastián). Por otro, que el inicio de la operación de la alta velocidad española por operadores italianos como Frecciarossa ha tenido mucha repercusión en prensa y ha acercado la alta velocidad en España a los italianos, que anteriormente no la conocían.

Este entorno casa perfectamente con un perfil de turista italiano que ya nos visita, pero queremos consolidar e incrementar, por lo que el esfuerzo de promoción se centrará en los viajeros que visitan ciudades interesados por la gastronomía, las compras; así como aquellos que se dirigen a los destinos de sol y playa, rurales o que realizan itinerarios, se utilizarán herramientas de marketing, además de las B2B, permitan alcanzar directamente al viajero individual.

## 2. PRIORIDADES POR GRUPOS DE TÁCTICAS

### 2.1. MARKETING Y COMUNICACIÓN

#### 2.1.1. POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO

##### **Descripción**

Es importante seguir potenciando la imagen de España en Italia, inspirando al viajero en su primera fase de decisión, para reforzar aún más la imagen de seguridad y compromiso con la sostenibilidad y promocionar productos que respondan a las motivaciones de un turista de alto valor.

##### **Acciones**

Se realizarán viajes de prensa a diversos destinos españoles (Madrid, Aragón, P. Vasco, Islas Canarias, Islas Baleares...) y se apoyará la producción de capítulos en los principales programas tanto de la RAI (Kilimangaro, especializado en turismo; o Linea Bianca, especializado en deporte activo y montaña), así como de la plataforma Discovery.

Se celebrarán campañas locales y presentaciones vinculadas a actividades y eventos de interés cultural o deportivos, como la promoción turística con ocasión de las exposiciones dedicadas a Goya y a El Greco en Milán, el patrocinio del Festival Flamenco de Milán o los puntos informativos en la Barcolana de Triestre, la Etapa ciclista Milán-San Remo o el Milano Pride. También tendrá lugar una presentación con motivo del 30 aniversario del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad,

Se trabajará en la creación y distribución de contenidos, colaborando con los grupos editoriales italianos más importante como RCS o Touring que, debido a su amplia oferta de canales y medios, permite realizar una segmentación avanzada (nichos de sostenibilidad, cultural, turismo activo, naturaleza).

#### 2.1.2. CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS

##### **Descripción**

A través de este grupo de tácticas se pretende realizar una mayor segmentación, a partir de la información que nos proporcionen las acciones de generación de conocimiento, proponiendo los productos adecuados a cada segmento identificado como prioritario para tratar de inspirar e influir en la toma de decisiones del potencial turista.

##### **Acciones**

Se utilizarán los canales *on line* propios, entre los que destaca la plataforma Esperienza Spagna, las redes sociales propias o las *newsletters* dirigidas a nuestras bases de datos. Se trabajará en la creación de contenidos específicos, haciendo hincapié no solo en los diferentes destinos y productos, sino en el compromiso de España con la sostenibilidad.

Dentro de las redes sociales propias están programadas campaña con contenidos específicos sobre Rutas del Vino, Ecoturismo, Vías Verdes, Ciudades Patrimonio de la Humanidad o Rutas Culturales de España.

### 2.2. APOYO A LAS VENTAS

##### **Descripción**

Es imprescindible colaborar con los operadores, compañías aéreas y comercializadores de la oferta España, e incidir en la formación, priorizando los destinos y productos que mejor correspondan a las

motivaciones del turista italiano y que permitan la promoción de España como destino diverso y comprometido con la sostenibilidad en su triple vertiente.

#### **Acciones**

Se realizarán viajes de familiarización a diferentes destinos españoles (Asturias, Cantabria, Castilla y León, Islas Baleares, entre otros). Tendrán lugar unas jornadas directas en las que destinos y empresas españolas podrán ofrecer su oferta a empresas del sector turístico italiano de diferentes ciudades. Asimismo, se facilitará la participación de profesionales italianos en algunas de las jornadas inversas que tendrán lugar en diferentes lugares de España. La participación en la feria TTG de Rímini será otra oportunidad de contacto con los profesionales, así como la utilización del *Spain Specialist Program* y la plataforma de eventos virtuales para la realización de *webinars* para la formación sobre productos específicos.

### 2.3. CONOCIMIENTO

#### **Descripción**

El adecuado conocimiento del mercado permite a destinos y empresas tener una mejor visión del mercado, lo que se traduce en una mejor toma de decisiones y en la capacidad de poder adecuar los productos y servicios turísticos a las necesidades del mercado.

#### **Acciones**

Además de la elaboración del estudio de mercado que se publica de forma anual, los informes de tendencias de primavera y otoño y las fichas ejecutivas cuatrimestrales, se realizará un análisis del mercado en lo relativo a perfiles de viajero y nuevas motivaciones de viaje, como estancias largas de nómadas digitales.



### 3. PRIORIDADES POR SEGMENTOS

SEGMENTOS	PRIORIDADES
Vacacional: cultura litoral - “M&M” Más que Mar	Media
Vacacional: inmersión familiar completa - “FAM” Familia, Arena y Mar	Baja
Vacacional: puro vacacional - “SUNNY” Sun, Umbrella & Yummy	No prioritario
Urbano: Premium en ocio y compras - “SUMA” Shopping, Urbano, Moderno y Abierto	Media
Urbano: Puro cultural con gasto - “CULTO” Cultura Total	Alta
Naturaleza: desconexión activa - “JOMO” Joy of Missing Out	Baja
Interior: ciudades del interior - Roadies	Media
Resto	-

#### (i) M&M – MÁS QUE MAR

##### Descripción

Es un segmento relevante en este mercado, ya que pone en valor la oferta cultural de la costa española y corresponde con las motivaciones del turista italiano, en el que el peso de la cultura es muy alto.

##### Acciones

Se realizarán viajes de prensa a Benidorm (enfocado en la sostenibilidad), la Costa da Morte, Ibiza y Menorca; así como un viaje de *influencers* a Tenerife. Se realizarán presentaciones a agentes sobre Ibiza o Asturias. La Spagna al femminile permitirá conocer Formentera desde una nueva perspectiva. Se pondrá un punto informativo en La Barcolana de Trieste, regata más importante del mundo. Se realizarán *workshops* y *webinars* destinados al segmento M&M. Por último, se realizará una campaña para el apoyo a ventas de primavera y verano en destinos de este segmento.

#### (ii) FAM – FAMILIA, ARENA Y MAR

##### Descripción

Es un segmento consolidado en Italia debido a la excelente relación calidad-precio y alta competitividad de la oferta española para el target familia en relación a otros destinos (incluida la propia Italia), así como la proximidad geográfica y la posibilidad desplazarse con medios propios.

##### Acciones

Se realizará un *webinar* sobre la oferta familiar de sol y playa.

#### (iii) SUNNY – SUN, UMBRELLA & YUMMY

Este segmento no es prioritario para la estrategia en el mercado por lo que no está previsto el desarrollo de acciones relevantes dirigidas al mismo.

#### (iv) SUMA – SHOPPING, URBANO, MODERNO Y ABIERTO

##### Descripción

La potenciación de este segmento es fundamental para la mejora de la calidad en la demanda turística de España y el aumento en el indicador del gasto, en especial por el impacto del turismo de compras. Este turista se caracteriza por el alto grado de difusión de su experiencia, lo que permite vincular España a

valores positivos, como la atención, el bienestar, o la libertad, compartiendo la experiencia en redes sociales y convirtiéndose en un prescriptor más.

#### **Acciones**

Se realizarán viajes de prensa a Madrid y Valencia. Barcelona realizará su presentación *Back to Europe* y se organizará un *webminar* sobre la oferta *premium* de las ciudades españolas.

### **(v) CULTO – CULTURA TOTAL**

#### **Descripción**

Es un segmento que coincide totalmente con los intereses del turista italiano y, por tanto, prioritario para la estrategia en este mercado (cultura, arte, enogastronomía). Hay que aprovechar el gran potencial que ofrece la excelente conectividad existente entre Italia y España.

#### **Acciones**

Se realizarán viajes de prensa vinculados a eventos temas específicos como la gastronomía (Madrid o País Vasco), o Picasso Celebración 1973.2023 (A Coruña).

### **(vi) JOMO – JOY OF MISSING OUT**

#### **Descripción**

Es un segmento que tiene potencial en Italia por el incremento de la motivación de viaje a destinos de naturaleza y turismo activo, favorecida también por la excelente conectividad y la alta velocidad, que permite el acceso a destinos secundarios y de interior.

#### **Acciones**

En lo que respecta a las actividades vinculadas a la naturaleza destacan los viajes de prensa y agentes a la FIO de Extremadura, la participación de profesionales italianos en el VII Congreso Nacional de Ecoturismo, una acción con Espacios Naturales Protegidos adheridos a la Carta de Turismo Sostenible y la formación de agentes, *workshops* y *webinars* sobre recursos naturales.

Respecto a las actividades deportivas destaca la presencia en la Feria de Cicloturismo de Bolonia, el viaje de *influencers* sobre el producto Swimrun o la promoción de la práctica del ciclismo con un punto informativo en la carrera ciclista Milán-San Remo.

### **(vii) ROADIES**

#### **Descripción**

Es un segmento relevante y a explorar dado el índice de repetición del turista italiano, la curiosidad por descubrir destinos/productos nuevos que no conoce, así como porque les gusta viajar en coche mediante el sistema intermodal *fly & drive*.

#### **Acciones**

Destaca la presentación con motivo del 30 aniversario del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Además, se realizará una presentación de Aragón Slow Driving, y se elaborará el episodio de un podcast sobre Spain Fly & Drive. También se realizarán viajes de prensa, entre ellos uno en colaboración con la Red de Ciudades AVE. Se desarrollarán actividades de formación de agentes, *workshops* y *webinars* sobre los destinos de interior y campañas en redes sociales sobre Rutas del Vino de España, Ciudades Patrimonio de la Humanidad, o Castillos y Palacios.

(viii) RESTO

**Descripción**

Se incluyen en este apartado tres segmentos que son relevantes en el mercado: el segmento LGTBI+ y los segmentos vinculados a los productos MICE e idiomático.

**Acciones**

Se participará en la Milano Pride 2023, en eventos profesionales del sector MICE, y se realizará la presentación “Aprender español, estudiar en español, estudiar en España”.

#### 4. PRIORIDADES POR PRODUCTOS

PRODUCTOS	PRIORIDAD
Cultura/ <i>heritage</i>	Alta
Gastronomía	Media
Ciudad	Media
Naturaleza/ <i>outdoors</i> /deporte	Media

##### PRODUCTO 1: CULTURA/HERITAGE

###### Descripción

Se trata del producto prioritario en el mercado de acuerdo a las motivaciones del turista italiano y la necesidad de fortalecer la imagen de España como destino cultural en relación con los competidores.

###### Acciones

Se realizarán viajes de prensa con motivo de Picasso Celebración 1973.2023, y de la apertura de la Galería de las Colecciones Reales en Madrid. También se mostrará la riqueza patrimonial del interior con un viaje para conocer Castillos y Palacios. Muchas de las acciones estarán orientadas al conocimiento de los destinos a través de la pintura (España, pintando al mundo) y se aprovechará la celebración de dos exposiciones sobre Goya y El Greco en Milán.

##### PRODUCTO 2: GASTRONOMÍA

###### Descripción

Es un producto que determina la decisión de viaje del turista de alto valor, por lo que hay que poner foco en el gran activo que España tiene en su gastronomía.

###### Acciones

Se realizarán numerosos viajes de prensa relacionados con este producto: Madrid Fusión 2023, Soria Gastronómica, Rutas del Vino de Castilla y León, gastronomía en Euskadi, la presencia en la Conferencia Mundial de Enogastronomía de la OMT en La Rioja, o un viaje por Asturias a través de sus quesos. Destacan también la acción Spagna al femminile, con Galicia y Formentera; así como la presentación de Cuenca como Capital de la Gastronomía Española 2023. Se realizarán acciones con motivo del Día Mundial de la Tapa y del Día Mundial de la Paella, así como acciones de formación de agentes, *workshops* y *webinars*, y campañas en redes sociales.

Las acciones que se realicen en la promoción de este producto forman parte del Plan Turístico Nacional de Enogastronomía.

### PRODUCTO 3: CIUDAD

#### Descripción

Existe potencial en el mercado para las ciudades españolas, más allá de Madrid y Barcelona, gracias a la buena conectividad aérea entre los dos países y la excelente red de transportes para viajar por España.

#### Acciones

Por ello se realizará un viaje de prensa a Valencia o la presentación de Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Se crearán contenidos sobre las ciudades, incluyendo algunos episodios del podcast El Viaje. Por último, se realizará una campaña de publicidad para dar a conocer las ciudades del País Vasco (Campaña El tour de Euskadi).

### PRODUCTO 4: NATURALEZA/OUTDOORS/DEPORTES

#### Descripción

La motivación del turista italiano por la realización de actividades de turismo rural, activo y de naturaleza es creciente por lo que es un producto con gran potencial en este mercado de turista italiano es creciente.

#### Acciones

En lo que respecta a las actividades vinculadas a la naturaleza destacan los viajes de prensa y agentes a la FIO de Extremadura, la participación de profesionales italianos en el VII Congreso Nacional de Ecoturismo, una acción con Espacios Naturales Protegidos adheridos a la Carta de Turismo Sostenible y la formación de agentes, workshops y webinars sobre recursos naturales.

Respecto a las actividades deportivas destaca la presencia en la Feria de Cicloturismo de Bolonia, el viaje de influencers sobre el producto Swimrun o la promoción de la práctica del ciclismo con un punto informativo en la carrera ciclista Milán-San Remo.

## 5. PRIORIDADES POR TIPOLOGÍA DE DESTINO

TIPOLOGÍA DE DESTINO	PRIORIDAD
Destinos vacacionales	Alta
Destinos urbanos	Muy alta
Destinos de naturaleza e interior	Alta
Resto	-

### DESTINOS VACACIONALES

#### Descripción

En 2021, el 57% de los turistas que visitaron España lo hizo para disfrutar de la playa. Predominan turistas con estudios superiores (80%) con una media de edad de 38 años, que viajan mayoritariamente solos, en pareja, o con amigos. Los destinos vacacionales principales para este mercado son las Islas Baleares, Islas Canarias y Cataluña.

#### Acciones

Se realizarán viajes de prensa a Benidorm (enfocado en la sostenibilidad), la Costa da Morte, Ibiza y Menorca; así como un viaje de influencers a Tenerife. Se realizarán presentaciones a agentes sobre Ibiza o Asturias. La *Spagna al femminile* permitirá conocer Formentera desde una nueva perspectiva. Se pondrá un punto informativo en La Barcolana de Trieste, regata más importante del mundo. Se realizarán *workshops* y *webinars*. Por último, se realizará una campaña para el apoyo a las ventas de primavera y verano en destinos vacacionales.

### DESTINOS URBANOS

#### Descripción

La actividad principal de los turistas italianos que viajaron a España en 2021 fue la visita a las ciudades (62%) y las compras (57%). Por ello los destinos urbanos tienen una gran importancia en la promoción turística desde este mercado. Como se ha señalado, la promoción en este segmento se extenderá, además de a las ciudades principales, a las ciudades del norte de España, con la que comienza a haber conexión aérea directa (Santander, Bilbao, Santiago de Compostela) y a otras ciudades de interior, como Zaragoza.

#### Acciones

Se realizarán viajes de prensa a Madrid y Valencia. Barcelona realizará su presentación *Back to Europe* y se organizará un *webinar* sobre la oferta *premium* de las ciudades españolas. Con un enfoque más cultural, se realizarán viajes de prensa vinculados a eventos temáticos específicos como la gastronomía (Madrid o País Vasco), o Picasso Celebración 1973.2023 (A Coruña).

### DESTINOS NATURALEZA E INTERIOR

#### Descripción

La promoción de los destinos de naturaleza e interior tiene un gran potencial en Italia. Son destinos aún no conocidos, pero que responden a la motivación del perfil de turista de este mercado. Hay algunos productos muy bien posicionados en este segmento, pero en 2023 se realizará un importante esfuerzo de promoción para dar a conocer la oferta.

### Acciones

En lo que respecta a las actividades vinculadas a la naturaleza destacan los viajes de prensa y agentes a la FIO de Extremadura, la participación de profesionales italianos en el VII Congreso Nacional de Ecoturismo, una acción con Espacios Naturales Protegidos adheridos a la Carta de Turismo Sostenible y la formación de agentes, *workshops* y *webinars* sobre recursos naturales.

Respecto a las actividades deportivas destaca la presencia en la Feria de Cicloturismo de Bolonia, el viaje de influencers sobre el producto Swimrun o la promoción de la práctica del ciclismo con un punto informativo en la carrera ciclista Milán-San Remo.

Destaca la presentación con motivo del 30 aniversario del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Además, se realizará una presentación de Aragón Slow Driving, y se elaborará el episodio de un podcast sobre Spain Fly & Drive. También se realizarán viajes de prensa, entre ellos uno en colaboración con la Red de Ciudades AVE. Se desarrollarán actividades de formación de agentes, *workshops* y *webinars* sobre los destinos de interior y campañas en redes sociales sobre Rutas del Vino de España, Ciudades Patrimonio de la Humanidad, o Castillos y Palacios.

## 6. ACCIONES EMBLEMÁTICAS

### **Acción emblemática (OET Milán)**

Título: España en torno a Goya.

Fecha estimada de realización: octubre de 2023

Tipo de actividad: presentaciones a agentes y medios de comunicación y publicidad

Descripción:

Con motivo de la exposición *Goya: La ribellione della ragione*, en Palazzo Reale de Milán, se realizará una presentación al sector italiano vinculando destinos españoles con el pintor español Francisco de Goya.

### **Acción emblemática (OET Roma)**

Título: Sono sostenibile

Fecha estimada de realización: enero a junio de 2023

Tipo de actividad: Combinada campaña de comunicación a público final, y actividades inversas de prensa y de prescriptores.

Descripción

La actividad plantea comunicar y mostrar los casos de éxito en propuestas sostenibles en España e implicar al público final en su compromiso medioambiental y favorecer la sostenibilidad social de su actividad turística. Pretende concienciar al turista del impacto positivo que puede tener su consumo turístico en España, promocionando un consumo responsable y los productos de naturaleza, en el ámbito rural y el consumo de una gastronomía de kilómetro cero.

Se combina una campaña de comunicación con viajes de prensa y prescriptores a diferentes destinos, donde se contará con expertos y empresas especializadas en el ámbito de la sostenibilidad.



## 7. PLAN INICIAL DE ACTIVIDADES

### ROMA

#### POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO

##### EVENTOS AL PÚBLICO FINAL

##### PRESENTACIONES Y PROMOCIONES AL PÚBLICO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Presentación - Esperienza Spagna	Naturaleza	JOMO	01/06	30/09
Italia	Presentación - Sono sostenible	Global	Global	27/04	27/07
Italia	Presentación - España pintando el mundo - Aragón	Arte y cultura	CULTO	16/05	16/05

##### ACCIONES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OTROS PRESCRIPTORES

##### VIAJE DE PRENSA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Viaje de prensa - Asturias	Naturaleza	JOMO	18/10	22/10
Italia	Viaje de prensa - Gran Canaria con BINTER	Sol y Playa Plus	M&M	01/01	01/04
Italia	Viaje de prensa – España: pintando el mundo	Arte y cultura	CULTO	01/09	30/11
Italia	Viaje de prensa - Sono sostenibile	Global	Global	01/05	31/08
Italia	Viaje de prensa - Gastronomía en Euskadi	Gastronomía	CULTO	01/06	01/09
Italia	Viaje de prensa - Tenerife Select	Sol y Playa Plus	M&M	01/09	31/12
Italia	Viaje de familiarización - Tenerife Bike Festival 2023	Cicloturismo	JOMO	02/05	07/05
Italia	Viaje de prensa - Gastronomía en Aragón (PNTE)	Gastronomía	Roadies	01/01	31/12
Italia	Viaje de prensa - Castillos y Palacios	Arte y cultura	Roadies	01/09	31/12
Italia	Viaje de prensa – Menorca (PNTE)	Gastronomía	M&M	19/04	22/04
Italia	Viaje de prensa - Benidorm sostenible	Sol y Playa Plus	M&M	01/06	01/09
Italia	Viaje de prensa - Los Caminos del Norte	Itinerarios	Roadies	01/05	30/06
Italia	Viaje de prensa - Rutas del Vino en Castilla y León (PNTE)	Enoturismo	Roadies	01/06	30/06
Italia	Viaje de prensa – La Gran Ruta de la España Verde	Itinerarios	Roadies	01/06	30/06

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Viaje de prensa - Enogastronomía en La Rioja - Conferencia Mundial Enoturismo OMT (PTNE)	Enoturismo	Roadies	01/10	31/10
Italia	Viaje de prensa - Soria Gastronómica (PNTE)	Gastronomía	Roadies	01/10	31/10
Italia	Viaje de prensa - Madrid Design Festival 2023	Arte y cultura	SUMA	15/02	18/02
Italia	Viaje de prensa - Madrid Fusión 2023 (PNTE)	Gastronomía	CULTO	23/01	26/01
Italia	Viaje de prensa - Benidorm Fest	Festivales y espectáculos	M&M	29/01	04/02

#### VIAJES DE BLOGUEROS / INFLUENCERS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Viaje de bloggers - Esperienza Spagna	T. urbano	CULTO	01/05	31/08
Italia	Viaje de influencers – España: pintando el mundo - Aragón	Arte y cultura	CULTO	01/06	01/09
Italia	Viaje de influencers - Tiktokers en Benidorm	Sol y Playa Plus	M&M	01/06	01/09
Italia	Viaje de influencers – España: pintando el mundo	Arte y cultura	CULTO	01/11	30/11

#### REUNIONES Y PRESENTACIONES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Presentación – España: pintando el mundo	Arte y cultura	CULTO	01/06	01/09
Italia	Presentación - Barcelona is back to Europe	Arte y cultura	SUMA	01/06	01/09

#### DOSSIERES DE PRENSA Y OTRO MATERIAL

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Askaneews pressroom	Global	Global	01/01	30/12

#### PATROCINIOS

##### PATROCINIO EVENTOS Y PREMIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Festival CinemaSpagna	Arte y cultura	CULTO	01/06	30/08

#### CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS

## MARKETING ON-LINE

### **CAMPAÑAS CON SOCIOS DE MERCADO**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Publicidad on line - Pirati in Viaggio	Arte y cultura	Roadies	01/06	01/09
Italia	Rutas interactivas naturaleza	Naturaleza	JOMO	01/02	22/03
Italia	Rutas interactivas gastronomía (PNTE)	Gastronomía	SUMA	01/02	31/03
Italia	Campaña on line - Ecoturismo	Naturaleza	JOMO	01/01	28/02
Italia	Publicidad nativa	Global	Global	01/05	31/08
Italia	Publicidad on line - Sono sostenibile	Global	Global	27/04	31/08
Italia	Campaña ganador Master Tourism, Hospitality and Event Management	Global	Global	01/02	31/03
Italia	Publicidad nativa en City News	T. urbano	SUMA	23/03	30/04
Italia	Campaña on line rutas interactivas naturaleza	Naturaleza	JOMO	01/04	30/04
Italia	Publicidad on line - Día Mundial de la Tapa 2023 (PNTE)	Gastronomía	SUMA	01/06	18/06
Italia	Campaña online en Radio Vacanze	Arte y cultura	Roadies	28/02	17/04
Italia	Rutas interactivas arte y cultura	Arte y cultura	Roadies	01/05	31/08
Italia	Campaña de marketing on line – Gastronomía (PNTE)	Gastronomía	SUMA	31/03	30/04

### **CAMPAÑAS EN MEDIOS PROPIOS**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Newsletter OET	Global	Global	01/01	31/12
Italia	Campaña en redes sociales - Vías Verdes	Itinerarios	JOMO	01/06	01/09
Italia	Campaña en redes sociales - Castillos y Palacios	Arte y cultura	Roadies	01/06	01/09
Italia	Campaña on line - Ecoturismo	Naturaleza	JOMO	01/05	01/08
Italia	Newsletter - Los Caminos del Norte	Itinerarios	Roadies	01/09	31/10
Italia	Campaña online - FEDELE (tercer trimestre)	Español	Otros	21/08	18/10
Italia	Campaña online - FEDELE (primer trimestre)	Español	Otros	23/01	23/03

## **APOYO A LAS VENTAS**

### **ACCIONES CON AGENTES DE VIAJES Y/O EMPRESAS**

#### **JORNADAS DIRECTAS**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
---------	-----------	--------------------	----------	--------	-----

Italia	Roadshow Menorca	Gastronomía	M&M	01/10	31/10
--------	------------------	-------------	-----	-------	-------

#### JORNADAS INVERSAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Jornadas Inversas - Andalucía Bixperience	Cicloturismo	JOMO	01/02	28/02
Italia	Jornadas inversas - Foro de Cicloturismo de Asturias	Cicloturismo	JOMO	01/04	30/04
Italia	Jornadas inversas – España, destino MICE (Spain Convention Bureau)	Incentivos	Otros	01/04	30/06
Italia	Jornadas Inversas - Cultura y Enogastronomía en Castilla y León (PNTE)	Arte y cultura	Roadies	01/05	31/05
Italia	Jornadas inversas - Andalucía Meeting Territorio Agroturista - Momentos Foodies (PNTE)	T. rural	Roadies	01/05	01/06
Italia	Jornadas Inversas - Madrid Agency Forum	Incentivos	Otros	01/06	30/06
Italia	Jornadas inversas - Andalucía MICE Destination	Seminarios y Congresos	Otros	14/11	17/11
Italia	Jornadas inversas - Foro LGTBI Andalucía	Arte y cultura	LGTBI+	30/05	04/06
Italia	Jornadas inversas - Andalucía International Nature & Inland Meeting: Choose Nature!	T. rural	JOMO	07/10	10/10
Italia	Jornadas inversas - INTUR Negocios Castilla y León	Gastronomía	Roadies	01/11	30/11
Italia	Jornadas inversas - Meet Basque Country	Global	Global	02/10	22/10
Italia	Jornadas inversas - VII Congreso Nacional de Ecoturismo	Naturaleza	JOMO	09/10	22/10
Italia	II Semana FEDELE del español	Español	Otros	15/11	19/11
Italia	Jornadas inversas - Extremadura Birdwatching Fair	T. ornitológico	JOMO	22/02	27/02

#### VIAJE DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Viaje de agentes - España experts	Arte y cultura	Roadies	01/05	31/08
Italia	Viaje de agentes - Spain on tour experts	Arte y cultura	CULTO	13/04	17/04
Italia	Viaje de familiarización - Asturias	Arte y cultura	Roadies	01/09	31/12
Italia	Viaje de prensa - Cantabria	Arte y cultura	Roadies	01/09	31/12

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Viaje de familiarización - Tenerife Bike Festival 2023	Cicloturismo	M&M	02/05	07/08
Italia	Viaje de familiarización - Naturaleza en Asturias	Naturaleza	JOMO	18/10	22/10
Italia	Viaje de agentes - Menorca	Gastronomía	M&M	01/03	30/04
Italia	Viaje de familiarización - Posadas Reales en Castilla y León	T. rural	JOMO	01/04	30/04
Italia	Viaje de familiarización - Turismo ecuestre en Cantabria	T. ecuestre	JOMO	01/04	30/06
Italia	Viaje de familiarización - El Camino de Santiago francés en Castilla y León	Arte y cultura	Roadies	01/10	31/10
Italia	Viaje de agentes - Fine Wine Tourism 2023	Enoturismo	Roadies	28/02	05/03
Italia	Viaje de agentes – Sevilla, destino MICE	Incentivos	Otros	25/03	08/03

#### PRESENTACIONES A AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Día Mundial de la Paella	Gastronomía	SUMA	20/09	20/09
Italia	Rutas interactivas naturaleza II	Naturaleza	JOMO	01/05	31/08
Italia	Rutas interactivas gastronomía II	Gastronomía	SUMA	01/05	31/08
Italia	Rutas interactivas arte y cultura II	Arte y cultura	CULTO	01/05	31/08
Italia	Presentación - Aprender español. estudiar en español, estudiar en España	Español	Otros	01/05	31/08
Italia	Presentación - Sono sostenible	Global	Global	27/04	27/04
Italia	Visitas comerciales - Caravaca de la Cruz 2024	Grandes eventos en España	Otros	01/06	01/09
Italia	Presentación - Tenis en España	Otros deportes	Global	01/04	30/06
Italia	Presentación - Benidorm MICE	Incentivos	Otros	03/10	06/10
Italia	Presentación - Día Mundial de la Tapa 2023 (PNTE)	Gastronomía	SUMA	06/06	09/06
Italia	Presentación - Año Jubilar Caravaca de la Cruz 2024	T. religioso	Otros	13/03	18/03

#### FORMACIÓN DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Webminar - Spagna Turismo Urbano Premium	T. urbano	SUMA	13/06	13/06
Italia	Webminar - Spagna Más que Mar	Arte y cultura	M&M	11/04	11/04
Italia	Webminar - Spagna Familia. arena y mar	Sol y Playa Plus	FAM	01/06	01/09

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Webminar - Spagna Arte y Cultura II	Arte y cultura	CULTO	14/03	14/03
Italia	Webminar - Spagna Arte y Cultura I	Arte y cultura	CULTO	21/02	21/02
Italia	Webminar - Spagna Naturaleza	Naturaleza	JOMO	31/01	31/01

#### **PARTICIPACIÓN EN ACCIONES ORGANIZADAS POR OPERADORES**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Travel Open Day	Arte y cultura	CULTO	28/02	28/05
Italia	BTO Firenze	Global	Global	01/11	30/11
Italia	IALCA Roma	Español	Otros	01/10	30/12
Italia	Convención MPI	Seminarios y Congresos	Otros	01/05	31/08
Italia	Presentación - Stages deportivos en España	Otros deportes	JOMO	01/01	30/04
Italia	Ulysses Fest Lonely Planet	Naturaleza	JOMO	14/07	16/07
Italia	Roma Travel Show	Arte y cultura	CULTO	01/03	30/09
Italia	Sono sostenibile	Global	Global	27/04	27/04

#### **PARTICIPACIÓN EN FERIAS**

##### **FERIA COORDINADA POR LA OET**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	BMT Nápoles 2023	Global	General	16/03	18/03

## MILÁN

### POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO

#### EVENTOS AL PÚBLICO FINAL

##### CAMPAÑAS LOCALES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Picasso Celebración 1973.2023	Arte y cultura	CULTO	01/09	30/09
Italia	Spagna al femminile	Gastronomía	Roadies	01/03	30/04
Italia	Campaña local - Aragón	Arte y cultura	Roadies	11/04	13/04

##### PUNTO DE INFORMACIÓN AL PÚBLICO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Regata La Barcolana	Turismo náutico	M&M	15/10	15/10
Italia	Milano-Sanremo 2023	Cicloturismo	JOMO	18/03	18/03
Italia	Fiera del Cicloturismo	Cicloturismo	JOMO	31/03	02/04

#### ACCIONES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OTROS PRESCRIPTORES

##### VIAJE DE PRENSA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Viaje de prensa - Gastronomía en Aragón (PNTE)	Gastronomía	Roadies	01/05	31/08
Italia	Viaje de prensa - Aragón	Naturaleza	JOMO	01/05	31/08
Italia	Viaje de prensa - Castillos y Palacios	Arte y cultura	Roadies	01/09	31/12
Italia	Viaje de prensa - Galería de las Colecciones Reales	Arte y cultura	CULTO	01/09	31/12
Italia	Viaje de prensa – Menorca (PNTE)	Gastronomía	M&M	01/03	30/04
Italia	Viaje de prensa - A Coruña (Picasso Celebración 1973.2023)	Arte y cultura	CULTO	28/03	01/04
Italia	Viaje de prensa - Los Caminos de Santiago en Galicia	T. religioso	Otros	01/05	31/08
Italia	Viaje de prensa - Valencia	T. urbano	SUMA	01/05	31/08
Italia	Viaje de prensa - A Coruña con Touring (Celebración Picasso 1973.2023)	Grandes eventos en España	CULTO	11/04	15/04
Italia	Viaje de prensa - Costa da Morte	Naturaleza	M&M	01/05	30/06
Italia	Viaje de prensa - Ibiza	Otros deportes	M&M	01/05	30/06

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Viaje de prensa - Los Caminos del Norte	Itinerarios	Roadies	01/05	30/06
Italia	Viaje de prensa - Rutas del Vino en Castilla y León (PNTE)	Enoturismo	Roadies	01/06	30/06
Italia	Viaje de prensa - Gay Games Valencia	Grandes eventos en España	LGTBI+	01/09	31/12
Italia	Viaje de prensa - Enogastronomía en La Rioja - Conferencia Mundial Enoturismo OMT (PTNE)	Enoturismo	Roadies	01/10	31/10
Italia	Viaje de prensa - Soria Gastronómica (PNTE)	Gastronomía	Roadies	01/10	31/10
Italia	Viaje de prensa - Tenerife Bike Festival 2023	Cicloturismo	M6M	02/05	07/05
Italia	Viaje de prensa - Valencia	Gastronomía	SUMA	10/02	13/02
Italia	Viaje de prensa - Madrid Design Festival 2023	Arte y cultura	SUMA	15/02	18/02
Italia	Viaje de prensa - Red de Ciudades AVE	T. urbano	Roadies	15/09	30/11
Italia	Viaje de prensa - Madrid Fusión 2023 (PNTE)	Gastronomía	CULTO	23/01	25/01
Italia	Viaje de prensa - Benidorm sostenible	Sol y Playa Plus	M&M	23/05	26/05
Italia	Viaje de prensa - Benidorm slow travel	Sol y Playa Plus	M&M	23/10	27/10

#### VIAJES DE BLOGUEROS / INFLUENCERS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Viaje de influencers - Tenerife lifestyle	T. urbano	SUMA	07/05	11/05
Italia	Viaje de bloggers - Cicloturismo en la C. Valenciana	Cicloturismo	JOMO	01/04	30/04
Italia	Viaje de influencers - SwimRun	Otros deportes	JOMO	01/05	31/08
Italia	Viaje de influencers - Descubrir Asturias a través de sus quesos (PNTE)	Gastronomía	Rodaies	01/09	31/12
Italia	Viaje de bloggers – Cuenca, Capital Española de la Gastronomía (PNTE)	Gastronomía	Roadies	23/01	28/01
Italia	Viaje de bloggers - Fine Wine Tourism Expo 2023 (PNTE)	Enoturismo	Roadies	28/02	03/03

#### REUNIONES Y PRESENTACIONES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Presentación - Barcelona is back to Europe	Arte y cultura	SUMA	03/07	07/07

#### DOSSIERES DE PRENSA Y OTRO MATERIAL



Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Notas de prensa y otras acciones de comunicación	Global	Global	01/01	31/12

## PATROCINIOS

### PATROCINIO EVENTOS Y PREMIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Festival de Flamenco de Milán	Arte y cultura	CULTO	17/06	25/06

## PUBLICIDAD OFF-LINE

### PUBLICIDAD EXTERIOR

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Publicidad exterior - Exposición "Goya, la rebelión de la razón"	Arte y cultura	CULTO	31/10	31/12

### RADIO Y TELEVISIÓN

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Publicidad en televisión - El Tour de Euskadi	T. urbano	SUMA	01/07	31/07
Italia	Publicidad en Discovery Channel - Vuelta Ciclista a España	T. urbano	SUMA	01/09	30/09

### PUBLICIDAD OTROS MEDIOS OFF-LINE

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Publicidad - Inserción en anuario GIST	Global	Global	01/11	31/12
Italia	Publicidad - Inserción en anuario Neos	Global	Global	01/11	31/12

## CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS

## MARKETING ON-LINE

### CAMPAÑAS CON SOCIOS DE MERCADO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Convenio de conectividad con Binter	Global	Global	01/01	31/12

Italia	Publicidad de contenidos - España destino sostenible	Global	Global	01/05	31/08
Italia	Podcast El Viaje	Arte y cultura	CULTO	01/05	31/08
Italia	Campaña on line	Sol y Playa Plus	M&M	01/02	30/04
Italia	Creación de contenidos - Paisajes de España que inspiraron grandes artistas	Arte y cultura	CULTO	01/05	31/08

#### CAMPAÑAS EN MEDIOS PROPIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Newsletter Spain.info	Global	Global	01/01	31/12
Italia	Campaña en redes sociales - Castillos y Palacios	Arte y cultura	Roadies	01/06	01/09
Italia	Campaña en redes sociales - Rutas del Vino de España (PNTE)	Enoturismo	Roadies	01/06	01/09
Italia	Campaña en redes sociales - Vías Verdes	Itinerarios	JOMO	01/02	31/05
Italia	Campaña on line - Ecoturismo	Naturaleza	JOMO	01/05	31/08
Italia	Concurso Exposición El Greco	Arte y cultura	CULTO	13/10	31/12
Italia	Newsletter - Los Caminos del Norte	Itinerarios	Roadies	01/05	31/08
Italia	Campaña online - FEDELE (tercer trimestre)	Español	Otros	21/08	18/10
Italia	Campaña online - FEDELE (primer trimestre)	Español	Otros	23/01	23/03

### APOYO A LAS VENTAS

#### ACCIONES CON AGENTES DE VIAJES Y/O EMPRESAS

#### JORNADAS DIRECTAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Jornadas directas Turespaña	Global	Global	01/11	30/11
Italia	Roadshow Menorca	Gastronomía	M&M	01/10	31/10
Italia	Presentación nuevas conexiones aéreas a Asturias	Global	Global	29/03	29/03

#### JORNADAS INVERSAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Jornadas Inversas - Andalucía Bixperience	Cicloturismo	JOMO	01/03	04/03
Italia	Jornadas inversas - Turismo idiomático en Cantabria	Español	Otros	01/04	31/05
Italia	Jornadas inversas - Foro de Cicloturismo de Asturias	Cicloturismo	JOMO	01/04	30/04
Italia	Jornadas Inversas - Cultura y Enogastronomía en Castilla y León (PNTE)	Arte y cultura	Roadies	01/05	31/05
Italia	Jornadas inversas - Andalucía Meeting Territorio Agroturista - Momentos Foodies (PNTE)	T. rural	Roadies	01/05	01/06
Italia	Jornadas Inversas - Madrid Agency Forum	Incentivos	Otros	01/06	30/06
Italia	Jornadas inversas - Andalucía MICE Destination	Seminarios y Congresos	Otros	14/11	17/11
Italia	Jornadas inversas - Foro LGTBI Andalucía	Arte y cultura	LGTBI+	30/05	04/06
Italia	Jornadas inversas - INTUR Negocios Castilla y León	Gastronomía	Roadies	01/11	30/11
Italia	Jornadas inversas - Meet Basque Country	Global	Global	02/10	22/10
Italia	Jornadas inversas - VII Congreso Nacional de Ecoturismo	Naturaleza	JOMO	09/10	22/10
Italia	Jornadas inversas - FEDELE Madrid Education Week 2023	Español	Otros	10/07	14/07
Italia	II Semana FEDELE del español	Español	Otros	15/11	19/11
Italia	Jornadas inversas - Extremadura Birdwatching Fair	T. ornitológico	JOMO	20/02	26/02

#### VIAJE DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Viaje de familiarización - Posadas Reales en Castilla y León	T. rural	JOMO	01/04	30/04
Italia	Viaje de familiarización - Turismo ecuestre en Cantabria	Turismo ecuestre	JOMO	01/04	31/05
Italia	Viaje de agentes - MICE en Gran Canaria	Incentivos	Otros	01/10	30/11
Italia	Viaje de agentes - Enogastronomía en La Rioja - Conferencia Mundial Enoturismo OMT (PTNE)	Enoturismo	Roadies	01/10	31/10
Italia	Viaje de prensa - Tenerife Bike Festival 2023	Cicloturismo	JOMO	03/05	11/05
Italia	Viaje de agentes - Vías Verdes Val de Zafán	Itinerarios	JOMO	14/06	18/06
Italia	Viaje de familiarización – Menorca (PNTE)	Gastronomía	M&M	15/09	15/10

Italia	Viaje de agencias - Sevilla, destino MICE	Incentivos	Otros	25/03	29/03
--------	---	------------	-------	-------	-------

#### PRESENTACIONES A AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Visitas comerciales - Caravaca de la Cruz 2024	Grandes eventos en España	Otros	01/09	31/10
Italia	Presentación - Capital Española de la Gastronomía 2023 (PNTE)	Gastronomía	SUMA	01/03	30/04
Italia	Presentación - Ciudades Patrimonio de la Humanidad	T. urbano	Roadies	01/09	31/12
Italia	Presentación - Aragón	Arte y cultura	Roadies	11/04	13/04
Italia	Presentación - Día Mundial de la Tapa (PNTE)	Gastronomía	CULTO	15/06	15/06
Italia	Presentación - Día Mundial de la Paella (PNTE)	Gastronomía	SUMA	20/09	20/09
Italia	Presentación – Estudiar español en España (FEDELE)	Español	Otros	22/03	26/03

#### PATROCINIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Congreso del español como Lengua Extranjera en Italia	Español	Otros	26/10	28/10

## CONOCIMIENTO

#### REALIZACIÓN DE ESTUDIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Informe de tendencias. Italia - Primavera 2023	Global	Global	15/04	15/04
Italia	Informe de tendencias. Italia - Otoño 2023	Global	Global	15/10	15/10
Italia	Estudio de mercado de Italia	Global	Global	30/06	30/06

#### ADQUISICIÓN DE ESTUDIOS Y ESTADÍSTICAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Italia	Suscripción Travel Innovation	Global	Global	01/01	31/12
Italia	Phocuswright	Global	Global	01/05	01/09