

# Spain TALKS

Caring for the Future

MILÁN | 27 DE JUNIO DE 2024

## INFORME



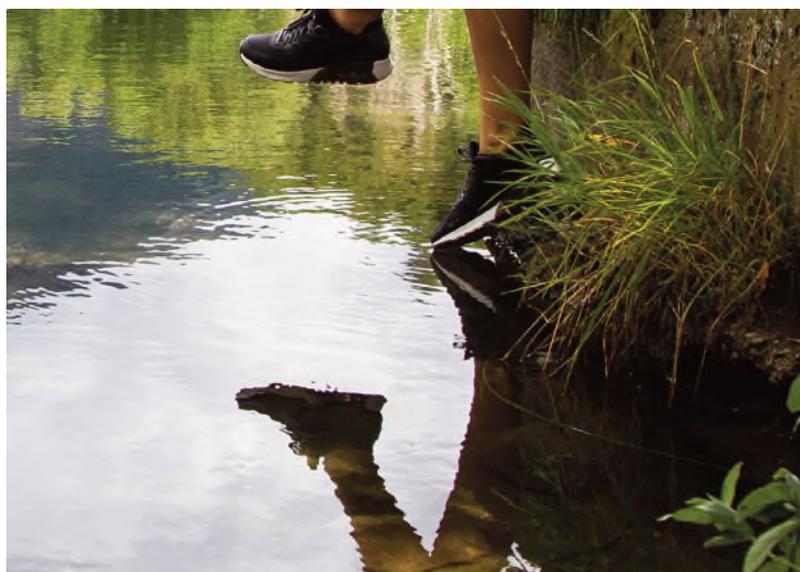
En colaboración con:



# Spain TALKS

Caring for the Future

MILÁN, 27 DE JUNIO



TI MERITI  
LA SPAGNA



LANZAROTE  
L' ISOLA DIVERSA

VALENCIA

REGION OF  
VALENCIA

MEDITERRANEAN  
ATTITUDE

# Spain TALKS

Caring for the Future

MILÁN | 27 DE JUNIO DE 2024

## PROGRAMA

- h. 15:30 **Inauguración oficial**  
Isabel Garaña Corces, Consejera de Turismo en Milán
- h. 15:45 **Panel 1: "Camino de la huella cero"**  
**Moderadora: Magda Antonioli**, Vicepresidenta European Travel Commission  
Presidente de ONT (Observatorio Nacional del Turismo). Profesora de Macroeconomía en Universidad Bocconi  
- **Héctor Fernández Manchado**, CEO Turismo Lanzarote  
- **Tono Franco Martínez**, Director Gerente Fundació Visit València  
- **Roberta Nesto**, Alcaldesa de Cavallino-Treporti  
- **Bruno Bertero**, Director General de Turismo de Langhe Monferrato Roero
- h. 16:45 **Conferencia: "Destinos turísticos inteligentes"**  
**Ezequiel García Collantes**, Director de Relaciones Institucionales de Segittur
- h. 17:00 **Pausa Café**
- h. 17:20 **Fireplace talk: "Cómo se comunica la sostenibilidad"**  
- **Blanca Pérez-Sauquillo López**, Subdirectora General de Marketing de Turespaña y  
- **Simona Tedesco**, Directora de la revista mensual DOVE
- h. 17:40 **Panel 2: "El turismo como impacto positivo en la comunidad"**  
**Moderadora: Roberta Milano**, Directora científica del Food & Wine Tourism Forum. Coordinadora científica topic "Food & Wine Tourism" BTO – Be Travel Onlife. Ex Directora de marketing Enit Asesora-docente universitaria  
- **Ana Llano Menéndez**, Presidenta de A.T.R. Fuentes del Narcea (Asturias) y Presidenta de la Asociación de Ecoturismo de España  
- **José María Alonso Ruiz**, Presidente de la Ruta de las Queserías de QueRed  
- **Francesco Tapinassi**, Director de Promoción Turística de la Región Toscana  
- **Marilù Cavallero**, Presidenta de Dafne Viaggi, Sociedad Cooperativa Empresa Social
- h. 18:30 **Conferencia: Proyecto "Amas da terra"**  
**Lucía Freitas**, Chef de A Tafona, Santiago de Compostela 1\* Michelin
- h. 18:45 **Gala Awards**
- h. 19:00 **Cóctel ofrecido por Turismo de Lanzarote y Visit Valencia**

\* Presenta **Orazio Spoto**, Director marketing y didáctica y Presidente Instagramers Italia



En colaboración con:



# Apertura oficial

## VIDEO TURESPAÑA

**Isabel Garaña Corces, Directora de la Consejería de Turismo en Milán**, abrió el evento "Spain Talks. Caring for the Future", agradeciendo a los participantes por su intervención y explicando que la Consejería celebra, en colaboración con Turismo de Lanzarote y Visit Valencia, la edición italiana del nuevo formato de Turespaña Spain Talks. Caring for the Future, de carácter global que se desarrollará a través de eventos en los principales mercados turísticos emisores hacia España.

Se trató de una jornada centrada en el intercambio de experiencias valiosas y buenas prácticas, en el fomento del diálogo, la colaboración y el intercambio de conocimientos, con el fin de promover un futuro del turismo más responsable y sostenible. La Consejera de Turismo en Milán, subrayó que España es un destino líder en el sector turístico – además del destino preferido por los viajeros italianos e internacionales. Todo ello conlleva grandes

responsabilidades frente al sector y en sentido más amplio frente a la colectividad y al Planeta. Esta iniciativa nace precisamente con la intención de hacer networking con nuestro mercado de referencia, Italia, para reunir y llegar a todos los stakeholders del sector turístico italiano, con el fin de ofrecer una mirada hacia el futuro, compartir los retos actuales del sector y ofrecer soluciones para afrontarlos, sacarlas a la luz y, por último, apostar por la innovación.

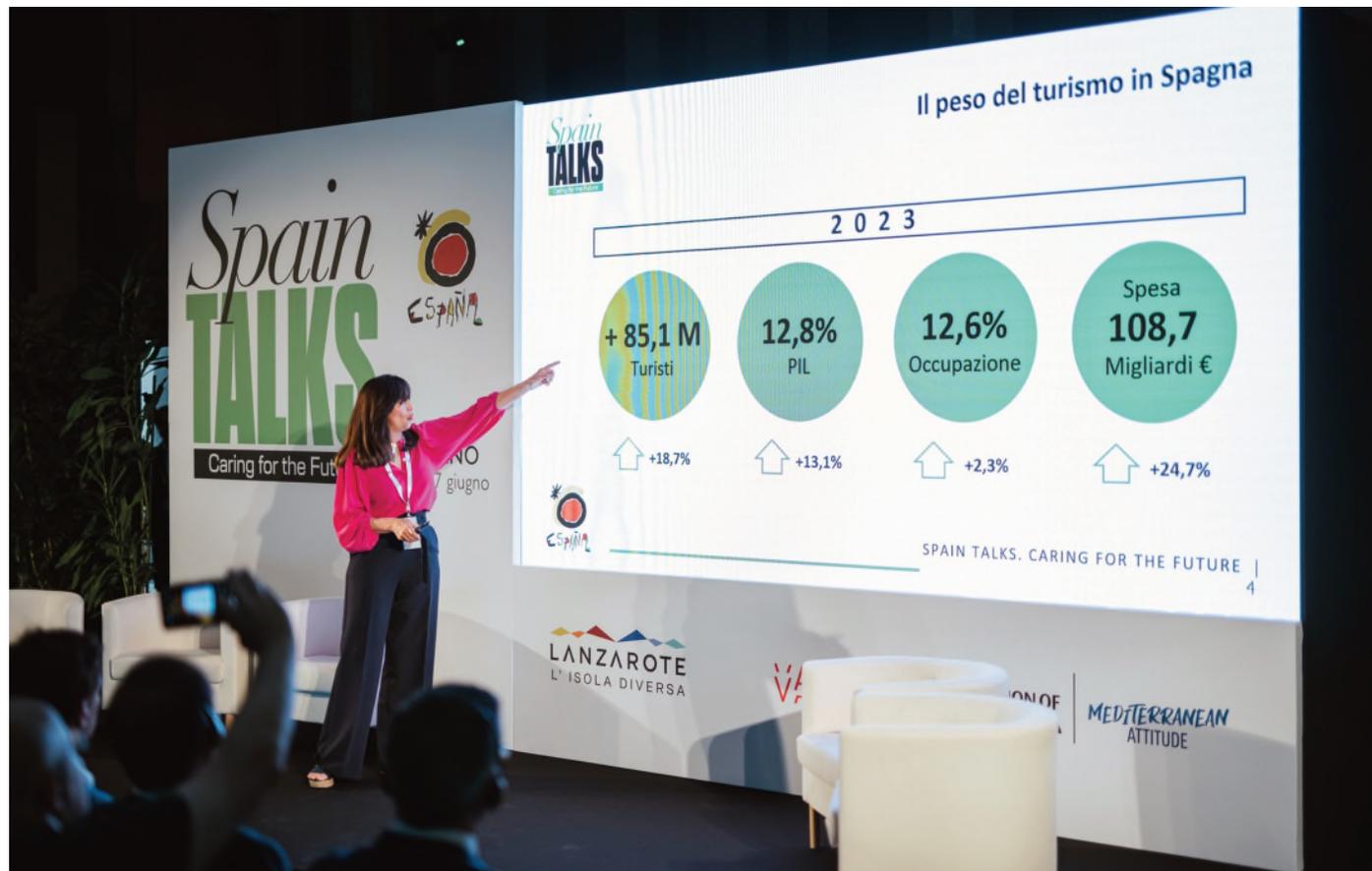
**Isabel Garaña** agradeció a los destinos españoles Valencia y Lanzarote por su compromiso con la sostenibilidad y por patrocinar la jornada, así como al presentador del evento Orazio Spoto y al equipo organizador de la Consejería de Turismo en Milán. I.G. adelantó seguidamente el programa del día que incluía dos paneles, dos presentaciones, un fi-replace talk, una ceremonia de entrega de premios y un cóctel - networking.

**Orazio Spoto** destacó la importancia del evento, agradeciendo a los participantes y resumiendo el programa. Explicó que su cometido era ser el enlace entre las diferentes actividades del día. Asimismo destacó los tres elementos clave del evento: España, la sostenibilidad y la participación activa del público. De este modo, proporcionó instrucciones para el servicio de traducción simultánea y el uso de un código QR para acceder a un chat de WhatsApp para permitir a los presentes formular preguntas a los invitados, además de comunicar las instrucciones para las interacciones sociales compartiendo en redes con el hashtag #SpainTalks y la cuenta de X @SpagnaInItalia. Concluyó comunicando detalles sobre la conexión Wi-Fi, disponible para los participantes al evento.



# Presentación sobre el mercado turístico español

POR ISABEL GARAÑA CORCES CONSEJERA DE TURISMO EN MILÁN



Isabel Garaña Corces, Consejera de Turismo en Milán, inició el evento exponiendo la tarea y el compromiso de España, con la sostenibilidad en el centro de su política turística, proporcionando un breve resumen del actual mercado turístico español y de España como destino turístico líder mundial. En este sentido destacó las cifras significativas de 2023 con 85,1 millones de turistas que visitaron España. El turismo representa el 12,8% del PIB y el 12,6% de la fuerza laboral está empleada en el sector turístico. El gasto generado por los turistas internacionales ha alcanzado los 108.700 millones de euros. Estos resultados confirman el liderazgo de España en los mercados turísticos internacionales.

Para ello subrayó la determinación de España de conducir dicho liderazgo a la sostenibilidad turística, puesto que todo el país está comprometido en trabajar en esa dirección. Es por ello que España es el primer país del mundo por el número de Reservas de la Biosfera declaradas por la UNESCO, primero en banderas azules por la calidad de sus

playas y marinas; el primer país en términos de biodiversidad; más del 36% del territorio español está protegido; el 47% de la energía producida proviene de fuentes renovables; es el cuarto país en el mundo y el cuarto en Europa en términos de bienes incluidos en la lista del patrimonio mundial de la UNESCO. España comienza a recibir reconocimientos internacionales por su compromiso y esfuerzo hacia la sostenibilidad, como ha sido el caso de Lonely Planet en 2024 (España, destino más sostenible del mundo)

El objetivo del Plan Estratégico de Marketing de España 2021-2024 es atraer turistas que contribuyan a la sostenibilidad económica, ambiental y cultural, y las acciones implementadas se acercan a este objetivo. Se midió la evolución de las llegadas en los últimos 8 años, observando como resultado un progreso en la desestacionalización, en la diversificación de las motivaciones de viaje, con un aumento del turismo cultural y una reducción del turismo de playa, un aumento del gasto en zonas distintas de las Comunidades Autónomas de

destino principal, como es el caso de la España Verde. Por otra parte España mide la satisfacción de los turistas internacionales por su estancia en el país, resultando que el 97% de los turistas internacionales, incluidos los italianos, se declaran muy satisfechos o satisfechos con su estancia en España. La Consejera concluyó que España es un destino turístico comprometido con la sostenibilidad, que requiere la participación de todos los actores -gestores públicos, empresas, residentes y visitantes- para construir juntos el turismo del futuro.

Orazio Spoto agradeció a Isabel Garaña por la presentación, agradeció asimismo a los patrocinadores Valencia y Lanzarote e invitó a Magda Antonioli a subir al escenario como moderadora del primer panel titulado "Sobre el camino de la huella cero".

# Panel 1: «Camino de la huella cero»

## Moderador:

**Magda Antonioli**, Vicepresidenta European Travel Commission. Presidenta de ONT (Observatorio Nacional de Turismo). Profesor de Macroeconomía en la Universidad Bocconi.

**Magda Antonioli** abrió el panel sobre "El camino de la huella cero", haciendo una introducción sobre la importancia de la conciencia ambiental en el turismo. Explicó que el turismo está estrechamente relacionado con el medio ambiente y que es necesario reducir el impacto ambiental con el fin de combatir el cambio climático.

**M. Antonioli** señaló que los turistas están cada vez más dispuestos a pagar más para viajar de manera sostenible. Presentó a los ponentes del panel, los cuales representan a varios destinos comprometidos con la sostenibilidad:

• **Héctor Fernández Manchado**, CEO de Turismo Lanzarote (Islas Canarias)

• **Tono Franco Martínez**, Director Fundació Visit València (Comunidad Valenciana)

• **Roberta Nesto**, Alcaldesa de Cavallino-Treporti (Venecia)

• **Bruno Bertero**, Director General de Turismo de Langhe Monferrato Roero (Cuneo)

El panel tuvo como objetivo discutir las experiencias de los destinos representados en la promoción de un turismo sostenible y responsable. La intervención de cada uno de los ponentes fue precedida por un video promocional sobre el destino.

**Magda Antonioli** declaró "No podemos comenzar sin mencionar a Lanzarote como el primer destino del mundo donde tuvo lugar la primera conferencia sobre el medio ambiente. Tuve el placer de participar hace

ya muchos años y Lanzarote representa realmente un referente a nivel internacional en lo que respecta a los estudios sobre el clima y la sostenibilidad, por ello merece un reconocimiento"

**Héctor Fernández Manchado, CEO de Turismo Lanzarote**, comenzó su intervención agradeciendo al público y a la Consejería de Turismo en Milán, en particular a Isabel Garaña Corces, por la invitación a participar en este prestigioso evento. Destacó la notable contribución de Lanzarote al tema de la sostenibilidad. Recordó que en 1995 se celebró el primer Foro internacional en el que se firmó la Carta del Turismo Sostenible, un evento que otorgó a Lanzarote un significativo reconocimiento.

Prosiguió explicando que Lanzarote, dos años después de haber sido declarada Reserva de la Biosfera, se ha convertido en la primera isla, junto con Menorca, en recibir dicho reconocimiento por parte de la UNE-





SCO, lo que ha marcado un importante punto de inflexión y ha demostrado el compromiso de Lanzarote con la sostenibilidad, mientras que otros destinos mediterráneos estaban expandiendo el turismo de una manera no regulada. Mencionó la aprobación del Plan Insular de Ordenación Territorial en los años 90, que desclasificó 250.000 camas turísticas, gracias a la inspiración de César Manrique. Manrique, un artista visionario, ya había comprendido en los años sesenta del siglo pasado la difícil combinación entre turismo de masas y sostenibilidad. Inspiró el respeto por la naturaleza, la arquitectura popular, la gastronomía y la cultura local, influyendo en las decisiones tomadas en la década de 1990. El Plan Insular preveía el desarrollo turístico en áreas definidas para no perturbar la vida de la comunidad local. Un ejemplo significativo fue la prohibición de vallas publicitarias en un contexto de naturaleza, para preservar el paisaje y la calidad de vida en la isla. Este enfoque ha llevado a Lanzarote a obtener un reconocimiento internacional, no obstante las dificultades. **Héctor Fernández Manchado** concluyó su intervención reiterando su agradecimiento por la oportunidad de participar y contribuir en un mercado tan importante como el italiano. Destacó el compromiso de Lanzarote a responsabilizarse del diseño del modelo turístico, consciente de los retos globales.

**Magda Antonioli** agradeció calurosamente al público, destacando el clima de diálogo y el entusiasmo que impregnó el evento. Mencionó la importancia de la colaboración y el intercambio de experiencias, citando

el papel estratégico del territorio y el paisaje en el ámbito del turismo sostenible. Agradeció la intervención de Lanzarote, reconociendo la importancia de su enfoque pionero de la sostenibilidad ambiental. A continuación presentó a la segunda entidad que compartió su experiencia, **Visit Valencia**, invitando a **Tono Franco Martínez** a intervenir. Alentó un ambiente informal y agradable, comparando el momento con una conversación entre amigos, con la intención de intercambiar ideas y proyectos de una manera abierta y participativa.

**Tono Franco Martínez, Director de Fundació Visit València**, presentó a Valencia como un destino sostenible, que utiliza la inteligencia artificial para filtrar los aspectos más verdes de la ciudad. Compartió la experiencia personal de Valencia para comprender lo que la inteligencia artificial no puede captar: un lugar que se vive con todos los sentidos, donde la naturaleza y los espacios verdes no son solo imágenes digitales, sino parte de la tierra y de la gente. Explicó que Valencia es una gran ciudad con más de 800.000 habitantes y una gran área periurbana circundante. La ciudad alberga el parque urbano lineal más extenso de Europa, resultado de una catástrofe natural ocurrida en 1957. Después de una gran inundación, se decidió cambiar el curso del río y utilizar el antiguo cauce como parque urbano, en lugar de construir una gran carretera para el tránsito de vehículos como estaba previsto inicialmente. Este proyecto marcó un gran avance en el compromiso colectivo con la sostenibilidad.

Mencionó varios ejemplos de iniciativas sostenibles en Valencia, como la protección de las dunas mediterráneas, la conservación de la Albufera (una de las pocas zonas húmedas de Europa), y la recuperación del centro histórico financiado por la Unión Europea. La ciudad también eliminó el tráfico pesado del centro urbano, construyó importantes infraestructuras culturales y en un futuro planea abrir el último tramo del cauce del río hasta el mar. Valencia ha sido declarada Capital Verde Europea 2024, un reconocimiento que confirma el compromiso de la ciudad con la sostenibilidad. **Tono Franco Martínez** concluyó afirmando que la sostenibilidad fue una decisión colectiva de la sociedad valenciana, que trajo beneficios significativos al turismo. Agradeció su atención y declaró su disposición a proporcionar más detalles.

**Roberta Nesto, Alcaldesa de Cavallino-Treporti (Venecia, Véneto)** y representante de la asociación G20S, comenzó su discurso agradeciendo la hospitalidad y presentando su propia experiencia. Explicó que la asociación G20S reúne a los 20 municipios italianos con más de un millón de presencias turísticas, que en su conjunto representan casi 75-80 millones de presencias turísticas a lo largo de la costa italiana. **Roberta Nesto** destacó la importancia de la gobernanza pública y privada para responder a los desafíos de la sostenibilidad. Subrayó que el turista no reconoce las fronteras entre localidades cercanas, lo que hace necesaria una gestión colaborativa y coordinada. Cavallino-Treporti, con casi 7 millones de visitas tu-

rísticas anuales, ha desarrollado un modelo de turismo en el verde, evitando la construcción y la especulación gracias a normativas estrictas y promoviendo a su vez los campings de alta calidad. Destacó que la sostenibilidad debe ser una acción colectiva y no solo individual. El memorando de entendimiento o MOU "**Blu and Green Community**" se creó para promover acciones sostenibles compartidas entre los miembros de la comunidad, tanto en el sector público como en el privado. Mencionó iniciativas específicas, como el reciclaje de agua en los campings y la implementación de carriles para bicicletas, enfatizando que la sostenibilidad requiere sinergias y colaboración entre todos los actores involucrados. **Roberta Nesto** concluyó destacando la responsabilidad colectiva de preservar el medio ambiente para las futuras generaciones.

**Magda Antonioli** agradeció a R. Nesto su intervención y pasó la palabra a **Bruno Bertero, Director General de la Oficina de Turismo Langhe Monferrato Roero (Cuneo, Piamonte)**, quien comenzó su intervención agradeciendo la oportunidad de participar en el foro, describiendo su emoción al representar un pequeño destino piamontés en un contexto internacional tan prestigioso. Habló de las colinas vitícolas de la región, conocidas por sus vinos y su belleza natural. **Bertero** explicó que Langhe Monferrato Roero, con 1,5 millones de visitas turísticas al año y un porcentaje significativo de turistas extranjeros (57%), ha abordado la sostenibilidad ambiental, ética y económica desde siempre. Sin embargo, el cambio climático está empujando a los viñedos hacia altitudes más altas, poniendo en peligro los bosques y las trufas, que hacen famosa a la región. Destacó la importancia de las elecciones colectivas frente a las individuales para afrontar estos desafíos. Habló de la creciente demanda turística, especialmente por parte de estadounidenses, holandeses y alemanes, que está transformando el paisaje habitable, lo que dificulta que los jóvenes del lugar encuentren alojamiento. Este fenómeno pone en peligro la transmisión de las tradiciones culturales. **Bertero** subrayó la necesidad de promover e incentivar la "permanencia" y de atraer a los jóvenes a quedarse o a volver a sus tierras de origen. Debatió la importancia de gestionar los flujos turísticos y el transporte público y abordar el tema ético de la falta de jóvenes en esta zona. Describió su papel como un "constructor de comunidades", trabajando para integrar las diferentes etnias que ahora forman la fuerza de trabajo en los viñedos y los servicios locales. Concluyó que la sostenibilidad debe abordarse colectivamente y que Langhe Monferrato Roero, a pesar de ser un destino pequeño, está tratando de implementar estrategias innovadoras para convertirse en un modelo de turismo sostenible.

**Magda Antonioli** cerró el panel con una reflexión sobre el hecho de que no se trata de una competición entre destinos italianos y españoles, sino de

una lucha común por la sostenibilidad ambiental y el bienestar de los residentes. Destacó que los centros turísticos no son Disneyland y que Italia y España, con una historia común, deberían ser un ejemplo para otros países europeos, promoviendo modelos de gestión válidos y colaborativos. Reiteró la importancia de la cooperación internacional para proteger y tutelar el planeta.

**Magda Antonioli** cerró el panel, invitando a los ponentes a una conclusión final:

**Héctor Fernández Manchado, CEO de Turismo Lanzarote** comenzó su intervención destacando la complejidad de los desafíos que enfrenta Lanzarote y, más en general, las Islas Canarias. A pesar de las buenas prácticas y del modelo turístico sostenible adoptado, el cuadro de la situación presenta numerosas dificultades. Mencionó un reciente movimiento ciudadano que, el pasado 20 de abril, dio lugar a importantes manifestaciones sobre el impacto del turismo en la vida cotidiana, con especial atención a las dificultades de acceso a la vivienda. Discutió la necesidad de pasar de la promoción a la gestión de destinos (DMO). Enfatizó la importancia de la gobernanza inclusiva que involucre a la comunidad local en las decisiones estratégicas, haciendo hincapié en el tipo de destino que desea ser. También destacó la urgencia de establecer límites claros para garantizar un equilibrio entre el crecimiento turístico y la calidad de vida de los residentes. En particular, destacó el problema del turismo de masas y el acceso a Lanzarote, que recibe alrededor de 600 vuelos semanales. Este elevado tráfico aéreo contrasta con los objetivos de reducción de emisiones fijados por los acuerdos de Glasgow para 2030 y la neutralidad climática de 2050. Una de las posibles soluciones propuestas es la prolongación de la duración media de la estancia para reducir las rotaciones necesarias de los turistas, sin comprometer el número total de pernoctaciones. Anunció que Lanzarote aprobó recientemente un plan de acción climática y destacó la importancia de incluir indicadores de calidad de vida de la comunidad local en los paneles de control de los destinos turísticos. Señaló el peligro de la pérdida de identidad y personalidad de los destinos turísticos debido a la creciente población flotante que no pertenece al contexto local, lo que conduce a una disminución de la competitividad del destino.

Concluyó su intervención hablando de la necesidad de prepararse para afrontar futuras crisis migratorias, sanitarias y climáticas, subrayando que los DMO deben evolucionar de simples promotores de turistas a gestores de crisis. Reiteró que es fundamental no dramatizar o demonizar las situaciones futuras, sino más bien estar preparados para tomar decisiones que mantengan la competitividad de los destinos y sean responsables con el medio ambiente.

**Tono Franco Martínez, Director de Fundació Visit València**, reiteró los tres pilares clave que hoy de-

ben guiar el turismo, principios que hasta hace pocos años no se tenían en consideración. Más no es mejor: señaló que el incremento del número de turistas no es necesariamente positivo. En el pasado, el éxito se medía a menudo por el número de visitantes, pero ahora está claro que la calidad y la sostenibilidad son más importantes que la cantidad. Reiteró la importancia de una amplia colaboración que involucre a todo el ecosistema turístico, incluidos los ciudadanos. Aunque las realidades son diferentes, cada destino debe jugar con sus propias cartas y encontrar soluciones específicas. Citó Valencia como ejemplo, donde en el centro de las políticas turísticas está el ciudadano, no el turista. Este enfoque difiere de los destinos con una alta proporción de turistas y residentes, donde el turista podría desempeñar un papel más central. Enfatizó que el turismo se ha convertido en una actividad extremadamente compleja que requiere una gestión basada en datos y conocimientos. Ya no basta con confiar en la intuición, sino que se hace necesaria una gestión informada y apoyada por plataformas de datos compartidos, diálogo, confrontación y debate. Concluyó su intervención agradeciendo su atención, subrayando que el futuro del turismo requiere una gestión consciente, informada y colaborativa.

**Roberta Nesto, Alcaldesa de Cavallino-Treporti**, expresó su gratitud por las experiencias y los conocimientos adquiridos durante el debate, subrayando que, a pesar de las diferentes realidades de los destinos turísticos, los problemas parecen comunes. Enfatizó la importancia de poner a las comunidades locales en el centro de las políticas turísticas para ser únicos y atractivos. Compartió la experiencia de gestionar un pequeño país con un gran número de visitas turísticas diarias, reafirmando que las respuestas a los desafíos actuales se encuentran en la colaboración y el intercambio de experiencias entre política y emprendimiento. Concluyó con una reflexión sobre la necesidad de políticos con experiencia en el campo y empresarios con una comprensión de los desafíos políticos locales.

**Bruno Bertero, Director General del Instituto del Turismo Langhe Monferrato Roero**, concluyó afirmando la importancia del diálogo con las comunidades locales, explicando que el crecimiento infinito es imposible y que hay que aspirar a una disminución feliz de los destinos turísticos con objetivos claros. Subrayó la necesidad de una mediación cultural para explicar a los agentes locales esta realidad.

**Orazio Spoto** agradeció a los moderadores y panelistas por su intervención y presentó al próximo ponente, **Ezequiel García Collantes, Director de Relaciones institucionales de Segittur y del Centro Turístico Inteligente**. Invitó a Ezequiel a subir al escenario para su presentación sobre destinos turísticos inteligentes.

# «Destinos turísticos inteligentes»

POR EZEQUIEL GARCÍA COLLANTES,  
DIRECTOR DE RELACIONES INSTITUCIONALES DE SEGITTUR



**Ezequiel García Collantes** comenzó explicando que Segittur es una empresa estatal española dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y vinculada a la Secretaría de Estado para el Turismo, cuyo objetivo es apoyar el desarrollo del turismo a través de la innovación y la tecnología. Explicó el concepto de "destino turístico inteligente" (DTI), que va más allá de la simple tecnología e incluye cinco pilares fundamentales: gobernanza, tecnología, sostenibilidad, accesibilidad e innovación.

- **Gobernanza:** gestión y organización de los destinos.
- **Tecnología:** utilización de tecnologías avanzadas para mejorar los servicios turísticos.
- **Sostenibilidad:** la integración de prácticas sostenibles para proteger el medio ambiente y los recursos locales.
- **Accesibilidad:** garantizar la accesibilidad universal a todos los turistas.
- **Innovación:** promover la innovación, que puede producirse incluso sin tecnología.

**Ezequiel** ilustró el modelo de diagnóstico de Segittur, que evalúa los destinos en 97 requisitos divididos en los cinco pilares, proporcionando una "radiografía" del nivel de madurez del destino. Este modelo permitió crear una comunidad de 619 miembros, inclui-

dos 440 destinos, ciudades y países. Asimismo explicó la plataforma inteligente de destinos financiada con fondos europeos, que tiene como objetivo acelerar la transformación digital de los destinos turísticos a través de servicios comunes y opcionales que facilitan la innovación y la automatización de procesos.

Algunos ejemplos de servicios prestados por la plataforma incluyen:

- Formularios de reserva de servicios turísticos
- Formularios de encuestas y reputación online
- Sistemas de gestión de la información turística

La plataforma también ofrece herramientas para empresas turísticas, como portales profesionales y paneles de información para restaurantes y hoteles. Otra iniciativa mencionada es la estandarización del lenguaje en el sector turístico para evitar confusiones y mejorar la comunicación entre destinos y empresas. La plataforma tiene como objetivo crear un espacio de datos, un mercado donde las empresas pueden comprar y vender datos, y ofrece espacios de pruebas para las startups que desean experimentar con la inteligencia artificial. Por último, **García Collantes** habló de una subvención de 96 millones de euros puesta a disposición del sector para proyectos innovadores para el futuro del turismo.

**Orazio Spoto** agradeció calurosamente a **Ezequiel García Collantes** por su detallada presentación, destacando la importancia de los destinos turísticos inteligentes y el compromiso de Segittur para promover la innovación y la sostenibilidad en el sector turístico. Estas intervenciones ponen de relieve la importancia de la innovación y la sostenibilidad en el turismo, ilustrando cómo el uso de la tecnología y la gestión eficaz pueden mejorar los destinos turísticos. La colaboración y la inclusión de las comunidades locales son elementos clave para garantizar un turismo responsable y sostenible.

**Horacio Spoto** invitó a los invitados a un momento de pausa.

De vuelta en la sala, se reanudó el programa y Orazio Spoto presentó el FireTalk titulado "**Cómo comunicar la sostenibilidad en el turismo**". Acogió calurosamente a **Blanca Pérez-Sauquillo, Subdirectora General de Marketing de Turespaña**, y a **Simona Tedesco, directora de la revista Dove**. Subrayó la importancia de una comunicación eficaz sobre la sostenibilidad.

# Fireplace talk: «Cómo comunicar la sostenibilidad»

POR BLANCA PÉREZ-SAUQUILLO LÓPEZ,  
SUBDIRECTORA GENERAL DE MARKETING  
DE TURESPAÑA Y SIMONA TEDESCO,  
DIRECTORA MENSUAL DOVE

**Blanca Pérez-Sauquillo López, Subdirectora General de Marketing de Turespaña,** comenzó su discurso explicando la estrategia de marketing sostenible de Turespaña, destacando la importancia de identificar y atraer turistas de alto valor, es decir, turistas que no solo son económicamente ventajosos, sino que, por su comportamiento, ayudan a desarrollar el turismo de manera sostenible. Destacó que la gestión sostenible de la actividad turística debe ser transversal a cualquier modelo turístico, ya sea urbano, vacacional o cultural. La Subdirectora de Marketing ha explicado cómo Turespaña utiliza varios canales de comunicación para

llegar a diferentes grupos de turistas. Por ejemplo, para los jóvenes de la Generación Z, utiliza TikTok como fuente de información y entretenimiento. También habló sobre la importancia de formatos de contenido más largos y profundos, como videos y artículos en revistas tradicionales y digitales, en colaboración con marcas de reconocido prestigio como National Geographic y Lonely Planet.

**Simona Tedesco** planteó la cuestión de la credibilidad en la comunicación, dada la importancia de la lucha contra la desinformación (fake news) y el creciente papel de la inteligencia artificial.

**Pérez Sauquillo** respondió que, al ser Turespaña una institución pública, tiene cierta autoridad y credibilidad, pero existe asimismo el riesgo de ser acusada de greenwashing. Destacó la importancia de una comunicación honesta y transparente y explicó cómo Turespaña mide la eficacia de su estrategia de comunicación, usando herramientas de escucha activa en los medios digitales y sociales y recopilando el feedback y comentarios de los turistas. Todo ello permite transformar los datos recogidos en un indicador numérico que muestra cómo los turistas perciben la sostenibilidad de los destinos.





Asimismo Turespaña ha retomado el uso de encuestas de satisfacción del turista internacional, incluyendo preguntas específicas sobre la percepción de la sostenibilidad, hablando de un proyecto piloto de encuesta de residentes para medir el impacto del turismo en las comunidades locales. Este proyecto forma parte de una iniciativa más amplia de la Organización Mundial del Turismo (OMT) con el fin de crear un marco común internacional para medir la sostenibilidad del turismo. España ha asumido el papel de liderazgo en este proyecto, con el objetivo de desarrollar un indicador que mida el bienestar y la satisfacción de los residentes locales. Pérez-Sauquillo concluyó la intervención subrayando que una comunicación eficaz sobre la sostenibilidad requiere honestidad, transparencia y el uso de diversas herramientas de medición para evaluar el impacto y mejorar continuamente las estrategias. Agradeció a todos su atención y expresó optimismo sobre el futuro del turismo sostenible en España.

**Orazio Spoto** agradeció a Sauquillo y a Tedesco por su valiosa intervención y presentó el segundo panel titulado **"El Turismo como Impacto Positivo en las Comunidades"**. Presentó seguidamente a la moderadora **Roberta Milano**.



# Panel 2: «El turismo como impacto positivo en las comunidades»

## Moderador:

**Roberta Milano, Directora científica del Food & Wine Tourism Forum.** Coordinadora científica Topic "Food&Wine Tourism" BTO - Be Travel Onlife. Ex Directora de Marketing del ENIT. Consultora y profesora universitaria.

**Roberta Milano** agradeció a los presentes y presentó a los invitados:

- **Ana Llano Menéndez**, Presidenta de la A.T.R. Fuentes del Narcea (Asturias) y Presidente de la Asociación Ecoturismo en España
- **José María Alonso Ruiz**, Presidente de la Ruta de las Queserías QueRed
- **Francesco Tapinassi**, Director de Promoción Turística de Toscana
- **Marilù Cavallero**, Presidente Dafne Viaggi, Sociedad Cooperativa de Empresas Sociales

Para cada uno antes de tomar la palabra una proyección video.

**R. Milano** habló de la importancia de acciones concretas y de una comunicación eficaz en el turismo sostenible, citando un informe de Booking que pone de manifiesto un cierto cansancio y desilusión de los turistas con respecto a la sostenibilidad. Subrayó la necesidad de responder a la demanda de autenticidad y utilidad por las comunidades locales, comunicando de manera creíble los resultados obtenidos.

Pasó la palabra a **Ana Llano Menéndez**, que comenzó agradeciendo a Turespaña la invitación y la atención prestada a la región de Asturias. Ana Llano expresó su gratitud por la oportunidad de participar en el evento y destacó que muchos de los problemas y virtudes afrontados son comunes a diferentes regiones tanto en España como en Italia. Ana Llano habló en calidad de Presidenta de la Asociación de Turismo Rural de Fuentes del Narcea, destacando la importancia de las figuras de protección presentes en su zona desde hace más de 35 años, como el Parque Natural de las Fuentes del Narcea y la Reserva de la Biosfera. Destacó la peculiaridad de esta última, que es la única en España con un acceso limitado a 20 personas al día, una exclusividad vista como un valor añadido, que mantiene la zona no masificada y preservada. Luego explicó cómo su asociación siempre ha tenido claro el camino a seguir para mantener vivo un destino turístico, protegiendo no solo los espacios naturales y la fauna, sino también a las personas y su estilo de vida. Este enfoque ha incluido el apoyo a los agricultores y ganaderos locales, aun-

que a veces con restricciones estrictas. Destacó la importancia del turismo sostenible, posible gracias a los fondos europeos que han ayudado a financiar nuevas iniciativas en las zonas rurales, como la vivienda rural.

Subrayó que el turismo ha evitado la desaparición total de su zona, con una historia vinculada a la minería, valorizando a las personas que viven y trabajan en el espacio natural. Mencionó la importancia de mantener un flujo turístico constante durante todo el año para garantizar la supervivencia económica de la comunidad local, evitando la excesiva estacionalidad que afecta a muchos destinos turísticos.

Habló de su participación en la creación de la Asociación de Ecoturismo en España, destacando que el ecoturismo no es solo ecologismo o sostenibilidad, sino que significa mantener vivos los lugares con las personas que viven allí y los visitantes. Explicó cómo, a través de esta asociación, están promoviendo un modelo de turismo que valora y pro-

tege el territorio durante todo el año.

**A. Llano Menéndez** concluyó su intervención destacando la necesidad de seguir protegiendo y mostrando el territorio durante todo el año, no solo las atracciones más conocidas. Mencionó el reciente proyecto del corredor de ecoturismo de la España Verde, del que forman parte junto con Asturias, Galicia, Cantabria y el País Vasco, destacando la importancia de no explotar excesivamente los recursos turísticos, sino integrarlas con actividades locales como la agricultura y la ganadería, involucrando a los habitantes locales y creando un sentido de pertenencia entre los visitantes.

**R. Milano** agradeció a A. Llano Menéndez y su valiosa aportación para proseguir con el tema del turismo enogastronómico, un producto en gran crecimiento que intercepta la demanda de un turismo sostenible, presentando a:

**José María Alonso Ruiz, Presidente de la Ruta de las Queserías QueRed**, quién comenzó dando





las gracias al público presente y a Turespaña por la oportunidad de presentar el proyecto de la Red de Queserías artesanales de España (Red). Explicó que la red comprende más de 450 queserías, algunas de las cuales producen quesos con su propia leche, mientras que otras la compran a productores locales. **Alonso Ruiz** describió cómo su proyecto "El proyecto QueRed de la Ruta española de las Queserías de campo y artesanas" fue seleccionado en el marco del Plan Nacional de Turismo de Experiencias del Gobierno español, financiado por los fondos Generation para proyectos de transformación. El proyecto fue seleccionado entre 120 propuestas, situándose en el 30º lugar de 60 seleccionados. El objetivo es crear una red que no solo valore las queserías, sino que también tenga un impacto transversal implicando al sector primario, secundario y al turismo. Señaló que las queserías a menudo representan la única industria en las zonas de montaña y periféricas, con una larga tradición que se remonta al Paleolítico. Destacó cómo la demanda de turismo experiencial, que permite descubrir el trabajo detrás de la producción de queso, ha crecido en los últimos años. Este tipo de turismo permite conocer a los productores y los procesos, contribuyendo también a la sostenibilidad ambiental y a la prevención de incendios a través del pastoreo.

El proyecto tiene como objetivo crear una plataforma digital que funcione como un punto de referencia para los visitantes, conectando las queserías con otras actividades locales como la hospita-

lidad, el alojamiento y la venta de productos locales. **Alonso Ruiz** explicó que esta estrategia pretende hacer más rentables las pequeñas empresas, garantizando salarios dignos y, por ende, una verdadera sostenibilidad económica. Destacó que la sostenibilidad no solo afecta al medio ambiente, sino también a la capacidad de vivir y trabajar dignamente. Señaló asimismo que muchas queserías están dirigidas por mujeres, y que el proyecto puede contribuir a la creación de nuevos puestos de trabajo, como guías turísticos. Concluyó señalando que la financiación de 200 mil euros es solo un comienzo para apoyar a las 130 queserías repartidas por todo el territorio español, incluidas las islas, y que el proyecto crecerá a través del apoyo continuo y la satisfacción de las demandas de los turistas y de los habitantes locales.

**Roberta Milano** presentó el siguiente tema, explicando que el panel ofrece una variedad de perspectivas gracias a los diferentes roles de los participantes. Anunció el paso a una realidad muy diferente, representada por la región de Toscana, una de las más representativas desde el punto de vista de los flujos de la promoción del turismo.

**Francesco Tapinassi, Director de Promoción Turística de Toscana**, destacó cómo explorar una ciudad monumental permite redescubrirse a sí mismo, sumergiéndose en calles desconocidas y paisajes infinitos. "El destino ideal es aquel que te devuelve a tu autenticidad a través de experiencias únicas".

Invitó a todos a ir a la Toscana para vivir un Renacimiento sin fin. Comenzó con un mensaje optimista sobre el turismo, señalando que el crecimiento de la población y el bienestar llevarán a más y más personas a viajar. Afirmó que los destinos deben ofrecer la mejor experiencia posible, reconociendo que no pueden cambiar los hábitos de los viajeros, sino solo mejorar la calidad de su visita.

Destacó la responsabilidad de comunicar correctamente los beneficios del turismo, que no solo afecta a la economía, sino también al encuentro y a la contaminación cultural. La importancia de exhortar a los residentes a la idea de que compartir la belleza del propio territorio es un deber cívico, para transformar la Toscana en un destino hospitalario.

También explicó que la nueva estrategia de promoción de la Toscana se centra en las sensaciones del viajero más que en la simple belleza de los lugares. Describió el turismo como un viaje interior que enriquece el conocimiento de sí mismo. Toscana busca dar a conocer lugares menos conocidos, reduciendo el hacinamiento y la masificación y mejorando la experiencia general.

Mencionó varios proyectos, como el turismo industrial, la artesanía artística y el turismo dedicado a las mujeres. Habló de la importancia de preservar y promover la producción local a través de iniciativas como "Vetrina Toscana" (Ndr. Escaparate Toscana), que apoya a los restauradores en el uso de productos territoriales y estacionales, promoviendo la lucha contra el desperdicio de alimentos.

**Francesco Tapinassi**, concluyó subrayando la importancia de acompañar a los operadores en toda la cadena para garantizar un impacto real y eficaz. Explicó cómo la estrategia de promoción de la Toscana tiene como objetivo valorizar las tradiciones y la cultura local, ofreciendo una experiencia turística auténtica y sostenible.

**Marilù Cavallero, Presidente de Dafne Viaggi, Sociedad Cooperativa Empresa Social** fue presentada como referente de una cooperativa social, además de operador turístico, con un enfoque en la calidad y la sostenibilidad. Antes de su presentación, se mostró un vídeo de clausura de un proyecto Interregional realizado por Dafne, una cooperativa que promueve proyectos de calidad y sostenibilidad en los territorios.

**M. Cavallero** ilustró el proyecto Quality Made, destinado a valorizar la calidad de los territorios a partir de las personas que los habitan y los cuidan. El proyecto, aunque ha terminado, sigue inspirando otros proyectos. El enfoque ha sido ayudar a las microempresas, especialmente en las áreas menos conocidas. Subrayó que Liguria, una región famosa por su mar, tiene un interior rico en valores culturales, que ha sido afectada por la despoblación. Destacó la importancia de una disciplina rigurosa en la calidad, que ha ayudado a las empresas del interior a posicionarse mejor en el mercado, mejorando su visibilidad y atractivo. Este pliego de condiciones ha permitido a muchas empresas aumentar su capacidad de recepción y venta de experiencias y productos, como en el caso de las empresas lácteas mencionadas. **M. Cavallero** habló asimismo de la importancia de la sostenibilidad no solo ambiental sino también comunitaria. Citó el ejemplo de Campo Ligure, un pequeño pue-



blo del interior de Liguria conocido por la artesanía de la filigrana, que estuvo en peligro de despoblación. A través de una asociación público-privada, lograron regenerar la comunidad, involucrando a

artesanos, museos y comerciantes locales en un pacto de subsidiariedad. Ello dio lugar a la creación de una cooperativa comunitaria dirigida por jóvenes del lugar, apoyada por Dafne como operador turístico.

Mencionó el Geoparque de Beigua, sitio de la UNESCO, y la importancia de trabajar en colaboración con la comunidad local con el fin de promover el turismo sostenible. Afrontó asimismo la regeneración urbana en el centro histórico de Génova, donde las cooperativas sociales y la administración pública han colaborado para revitalizar las áreas degradadas, atrayendo a los residentes y visitantes. **M. Cavallero** concluyó señalando que la colaboración público-privada es esencial para el desarrollo sostenible de las comunidades, tanto rurales como urbanas. Invitó al público a ver el episodio sobre los Jardines Luzzati de Génova en la producción RAI "Generación Belleza", que muestra un ejemplo tangible de regeneración urbana y comunitaria. Agradeció la atención y se mostró orgullosa de sus iniciativas y logros.

**Orazio Spoto** subió al escenario para agradecer a los ponentes y presentar el último proyecto de una famosa chef, **Lucia Freitas, propietaria del restaurante "A Tafona"** (Santiago de Compostela), distinguido con una estrella Michelin desde hace 15 años.



# Proyecto «Amas da Terra»

DE LA CHEF LUCÍA FREITAS,  
PROPIETARIA DEL RESTAURANTE “A TAFONA”



El restaurante se basa casi por completo en los productos locales, los del mercado a pocos metros del establecimiento, administrados por mujeres que trabajan la tierra. De la tierra a la mesa del cliente.

Su discurso destaca la valorización del trabajo femenino rural, la importancia de la documentación y el apoyo mutuo entre las mujeres, promoviendo un modelo de red colaborativa y sostenible.

**Lucía Freitas** habló sobre la importancia de documentar la vida y las habilidades de las mujeres rurales, que siempre son invisibles, enfatizando la importancia del concepto visual para transmitir las historias de estas mujeres, destacando sus vidas difíciles y los sacrificios diarios.

El proyecto "Amas da Terra" incluye documentales e iniciativas para cuantificar económicamente el valor del trabajo de las mujeres rurales, que realizan múltiples actividades, a menudo durmiendo solo cuatro horas al día. Estas mujeres son fundamentales para proporcionar ingredientes de alta calidad a restaurantes y chefs. Uno de los principales objetivos es transmitir el conoci-

miento y hacer que estas mujeres se sientan menos solas. **Lucía Freitas** describió la primera presentación del proyecto "Amas da Terra" como un momento emocionante, especialmente el viaje en autobús de dos días con mujeres que nunca se habían alojado en un hotel o que nunca habían dejado su realidad cotidiana. El encuentro con otras mujeres con problemas similares representó un fuerte estímulo para ellas.

"Amas da Terra" es un proyecto nacido en Galicia, pero con la intención de extenderse a otros territorios. Se trata de una red colaborativa sin egocentrismo, apoyada por una plataforma web en fase de desarrollo con la ayuda de una universidad. Esta plataforma trazará un mapa del talento femenino y las manos trabajadoras de las mujeres, mostrando su arduo trabajo.

El objetivo es llegar a un público más amplio, mejorar la continuidad de su trabajo, aumentar sus ventas y mejorar su calidad de vida. La chef concluyó señalando que el proyecto podría ser replicado en Italia y en cualquier otro país, ya que representa un movimiento de mujeres que ayudan e empoderan a otras mujeres.



# Gala Awards/Premios

**Orazio Spoto** recupera el escenario y anuncia el momento de los Gala Awards, una ocasión para reconocer y celebrar la contribución esencial de los medios de comunicación, de los operadores del turismo y de las empresas y de los proyectos que han demostrado un extraordinario compromiso con la sostenibilidad. Estos premios no solo honran la excelencia, sino también la innovación, la pasión y la dedicación a un futuro más verde y responsable.

Un jurado compuesto por cinco miembros expertos del sector:

- **Isabel Garaña Corces**, Consejera de Turismo en Milán
- **Roberta D'Amato** Directora de AdvTraining y T&A Magazine
- **Magda Antonioli**, Vicepresidenta de la Comisión Europea de Viajes. Presidente de la ONT (Observatorio Nacional. del Turismo), Profesor Macroeconomía Universidad Bocconi.
- **Simona Tedesco**, Directora mensual DOVE
- **Roberta Milano**, Directora científica de Food & Wine

Tourism Forum. Coordinatrice scientifica Topic "Food & Wine Tourism" BTO.

## Cuatro categorías de premios:

**1. MEDIA AWARD:** Dedicado a los medios italianos, por la mejor cobertura mediática de España como destino comprometido con la sostenibilidad, destacando la importancia de la comunicación para una promoción eficaz de las prácticas sostenibles en el sector turístico.

**Ganador:** Alessandro Antonino, "Edén" (La 7),

**Recibió el premio** Alessandro Antonino.

**Entregó el premio** Isabel Garaña Corces.

**2. PREMIO AMBASSADOR:** Dedicado a los influencers o creadores de contenido que han creado contenido que puede resaltar a España como un destino sostenible, reconociendo el poder de estos profesionales emergentes para promover destinos y prácticas de sostenibilidad.

**Ganadora:** Irene Colzi de Irene's Closet. La ganadora no pudo estar presente, por lo que se proyectó un ví-

deo de agradecimiento.

**Recogió el premio** Roberta D'Amato.

**Entregó el premio** Isabel Garaña Corces.

**3. EXPERIENCE AWARD:** Dedicado al mejor producto turístico sostenible, premia la comercialización de paquetes, experiencias y ofertas que promueven el turismo sostenible en España, subrayando la importancia de ofrecer viajes y experiencias auténticos pero respetuosos con el medio ambiente.

**Proyecto ganador:** Travel World Escape Tour Operator

**Recogió el premio:** Federica Martin, Product Manager

**Entregó el premio** Isabel Garaña Corces

**4. BUSINESS AWARD:** Dedicado a empresas sostenibles con el mejor proyecto ESG (Ambiental, Social, Gobernanza), reconociendo el compromiso de las empresas con prácticas responsables como programas de compensación de huella de carbono, reciclaje, accesibilidad e inclusión de sus trabajadores.

**Empresa ganadora:** Samovar.

**Recogió el premio:** Maurizio Nardi.

**Entregó el premio** Blanca Pérez Sauquillo.





# Clausura de jornada

**Isabel Garaña Corces**, Consejera de Turismo accedió al palco para expresar su profunda gratitud a su país por haberle ofrecido la oportunidad y el honor de promocionar el destino España en Italia.

Destacó cuán significativa fue esta experiencia tanto a nivel personal como profesional. I.G.C. agradeció a la Oficina Española de Turismo y al equipo (**Maite Vicente, María Pérez, Teresa Sánchez, Dolores Villarrubia y José Gutierrez**), describiéndoles como una familia que la ha apoyado y de la que ha aprendido mucho.

Expresó su aprecio por el sector turístico italiano, calificándolo de capaz y sólido, y por la ciudad de

Milán, que ha sido su hogar durante cinco años.

**Isabel Garaña** destacó la acogida recibida por el sector turístico español, agradeciéndole la confianza y la colaboración demostrada en cada ocasión. Para finalizar su discurso, Isabel Garaña anunció el final de su etapa en Italia y el inicio de una nueva etapa. Presentó a la **próxima Consejera de Turismo en Milán, Blanca Pérez-Sauquillo**, una profesional experta y una querida amiga, que comenzará su tarea el próximo 1 de septiembre.

Seguidamente el presentador, **Orazio Spoto** mostró palabras de agradecimiento, reconociendo el momento agrodulce del anuncio. Expresó su grati-

tud a los patrocinadores, **Turismo de Lanzarote y Visit Valencia**, por hacer posible el evento y elogió el magnífico trabajo detrás de Spain Talks.

**Orazio Spoto** agradeció personalmente a todo el equipo con el que trabajó y sintió una gran cercanía, destacando la importancia del apoyo recibido. Señaló que el evento no terminó con su intervención, sino que continuaría con un cóctel de clausura, brindando la oportunidad a los participantes de interactuar y conversar.

## Cóctel final





# Spain TALKS

Caring for the Future

MILANO | 27 GIUGNO 2024



*In collaborazione con:*



VALENCIA



SPIRITO  
MEDITERRANEO