

PLAN ANUAL OPERATIVO 2023

Red de Consejerías de Turismo en el Exterior



3.07. Alemania (febrero 2023)

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	10
	4. Prioridades por Productos	13
	5. Prioridades por tipología de destino	15
	6. Acciones emblemáticas	16
	7. Plan inicial de actividades	19

1. RESUMEN SITUACIÓN DEL MERCADO. DAFO

<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La conectividad aérea aún no completamente recuperada (pérdida de frecuencias y/o rutas). 2. Elevada concentración temporal, espacial y motivacional de la demanda. 3. Peor posicionamiento como destino de turismo cultural que otros competidores. 4. Posicionamiento en sostenibilidad débil. 5. Carencia de imagen como destino de lujo. 	<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. España es destino líder vacacional de sol y playa. 2. España tiene potencial de recuperación progresiva y rápida de la conectividad aérea. 3. Gran diversidad de la oferta. 4. Buena imagen global de España y apreciación como destino seguro. Muy elevada fidelidad al destino. 5. Elevada disposición de la demanda alemana a tomar vacaciones y elegir España como destino.
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia por precio de destinos en el Mediterráneo Oriental. 2. Retracción de la demanda por el encarecimiento del coste de la vida. 3. Efectos del cambio climático y cambios en la demanda como reacción social hacia modelos más sostenibles (vergüenza de volar). 4. Estancamiento de la demanda como consecuencia de la falta de crecimiento vegetativo del mercado y su envejecimiento. 5. Recuperación de destinos de larga distancia. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atracción de nuevos viajeros con elevada disposición al gasto ávidos de un turismo experiencial y de mayor valor añadido. 2. Aprovechamiento de la demanda aún existente hacia destinos menos masificados y cercanos (consecuencia los hábitos COVID). 3. Mayor accesibilidad a la oferta española como consecuencia de la digitalización. 4. Posibilidad de captación de nómadas digitales y trabajadores a distancia. 5. Potencial de captación de turismo activo y deportivo.

En 2022 la recuperación del gasto procedente del mercado emisor alemán fue por delante de la recuperación del volumen de turistas, aunque todavía no se ha alcanzado el nivel registrado antes de la pandemia. La mayor recuperación se ha producido, sobre todo, en las principales comunidades autónomas vinculadas al producto sol y playa. Sin embargo, al menos en lo relativo al mercado de viajes organizados, algunos destinos de sol y playa que no están entre los principales, todavía reflejan estados de ventas inferiores a los de 2019.

El mercado alemán es un mercado de relativa alta estacionalidad: en 2019 el 44% de los turistas alemanes a España lo hicieron entre junio y septiembre (un 64% si se contemplan de mayo a octubre).

También es un mercado con una concentración geográfica muy acusada: sólo los dos archipiélagos captaron en 2019 más del 63% de la demanda (40,6% Islas Baleares y 22,6% Islas Canarias). Si a estos destinos se les añaden Cataluña (12,8%), Andalucía (10%) y la Comunidad Valenciana (5,4%), sólo estas cinco comunidades supusieron en 2019 el 91,4% del total. Con datos provisionales para 2022, esta situación parece haberse acentuado provocando, en algunos casos, problemas de imagen como consecuencia de la masificación turística.

No se ha recuperado completamente la conectividad aérea existente antes de la pandemia, en particular hacia algunos destinos de sol y playa y ciudades de menor tamaño para el mercado.

El 21,75% de los turistas que visitan España dentro del segmento M&M son alemanes, lo que muestra la importancia de este segmento, que consume productos complementarios y realiza actividades diversas en destinos vacacionales. Los otros dos segmentos vacacionales, Sunny y FAM, representan un 13,4% y

un 7,5% del total de turistas que visitan España dentro de esos segmentos, lo que muestra que el mercado alemán es más afín al segmento de consumidor objetivo del PEM 2021-2024.

Por el contrario, en los segmentos vinculados a los destinos urbanos, los alemanes tienen una importancia menor: 15,5% entre los Culto y 5,3% entre los SUMA, de modo que habrá que trabajar estos segmentos, especialmente el último. Finalmente, los Roadies alemanes representan un 16,8% y los JOMO un 14,6% de los turistas que visitan a España pertenecientes a esos segmentos.

El esfuerzo promocional, en horizonte temporal a medio y largo plazo, ir modificando en la mente del turista alemán aquellos atributos asociados a la marca España no deseados (masificación, poco conocimiento del lugar, sus tradiciones, etc.), con el objetivo de hacer evolucionar la percepción dominante de España como destino turístico únicamente de sol y playa, y para muchos erróneamente asociado a una oferta “*all-inclusive*”.

Los escasos avances registrados en materia de estacionalidad avalan la necesidad de seguir insistiendo sobre los segmentos de consumidores, productos y tipologías de destinos susceptibles de contribuir a la dispersión temporal de la demanda, colaborando de esta forma, además, a una mayor sostenibilidad del modelo.

La competencia por precio y estructura de costes de los principales destinos en el Mediterráneo Oriental aconseja realizar un especial hincapié sobre el valor añadido y experiencial de la oferta turística española frente a la de sus competidores, que compense la falta de competitividad en precios y resalte la extrema variedad de la oferta española.

La madurez y el volumen del mercado alemán, así como su proximidad geográfica, lo hacen especialmente apto para trabajar en una línea que dé mayor visibilidad a destinos menos conocidos, en particular destinos de interior, de naturaleza o de turismo activo, así como productos vertebradores del territorio, como los distintos Caminos de Santiago, las Vías Verdes, o los vinculados con rutas enogastronómicas.

Desde el punto de vista de la demanda alemana, los criterios de sostenibilidad son considerados de una manera creciente en el momento de la búsqueda del viaje, si bien la conversión a ventas es todavía limitada, aunque va en aumento. Para un número de alemanes cada vez mayor, la sostenibilidad ambiental es un elemento a considerar por encima del precio y, en ocasiones, determina la elección de un destino sobre otro. El potencial turista valora más esta sostenibilidad que la social o económica, por tener mayor visibilidad, y también una relación más directa con el impacto que causa sobre el destino.

En este sentido, se realizará una labor de difusión de avances concretos conseguidos por España en materia de sostenibilidad. Distintas acciones con operadores especializados y agentes incidirán en este eje. A través de la pertenencia de la Consejería de Turismo en Berlín a la asociación Futouris, que agrupa a turoperadores y proveedores de tecnologías comprometidos con la transición hacia un turismo sostenible, España estará en el centro de las discusiones, decisiones y acciones de comunicación que el sector representado en esta asociación vaya desarrollando en los próximos años en torno al concepto de turismo sostenible.

2. PRIORIDADES POR GRUPOS DE TÁCTICAS

2.1. MARKETING Y COMUNICACIÓN

2.1.1. POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO

Descripción

Es necesario reforzar en Alemania la promoción sobre la diversidad de la oferta y de las actividades y experiencias en destino, así como comunicar los esfuerzos relacionados con la sostenibilidad, especialmente la medioambiental.

La estrategia diferencial de España frente a sus competidores no debe basarse en precio, sino en el valor añadido que se le ofrece al turista, y que los productos ofrecidos no sean comparables a la oferta de otros países de la ribera mediterránea con mejor precio.

El monocultivo vacacional de costa en el que se basa el modelo español estival debe ampliarse a través de la captación de segmentos de consumidores que, si bien siguen teniendo motivaciones vacacionales vinculadas al disfrute del litoral, tienen intereses diferenciados que los destinos españoles pueden satisfacer. Estos perfiles, en última instancia, estarían dispuestos a pagar más por algo que se ajuste mejor a sus necesidades. Es necesario mejorar la imagen y el conocimiento de la oferta de los destinos tradicionales de sol y playa, incitando a un mayor gasto o a unas vacaciones más personalizadas. Respecto a los destinos de interior, urbanos y de naturaleza, será preciso reforzar su promoción, recuperando la tendencia creciente previa a la pandemia.

Acciones

En un mercado maduro como el alemán, en el que ya se ofrecían y ofrecen todos los productos a todos los segmentos de la demanda, el grupo de tácticas de reposicionamiento es transversal a todas las herramientas de marketing: viajes de prensa, presentaciones, concursos, publicidad... Ahora bien, destacan las acciones previstas de eventos a público final (Museumsuferfest de Frankfurt, CSD de Berlín, Hamburgo y Colonia, etc.), las acciones con medios de comunicación y otros prescriptores y los patrocinios de eventos.

Se llevará a cabo una exposición itinerante del proyecto realizado por Turespaña en colaboración con PhotoEspaña: “España. Retrato de un país”; se realizará un patrocinio del Fernwehfestival Erlangen; y una campaña local en ciudades como Regensburg (Ratisbona) e Ingolstadt para celebrar en 2023 el aniversario de la muerte de Picasso con ocasión de la celebración del festival CinEScultura.

Finalmente, la pertenencia a varias asociaciones como son Futouris (turismo sostenible) o VIR (asociación de comercializadores turísticos online), permite también un reposicionamiento de la marca hacia la sostenibilidad y la digitalización y una interlocución directa con los directivos y asociados de estas entidades.

CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS

Descripción

Las campañas de marketing *on line* continuarán siendo un elemento esencial para la captación y fidelización de turistas en un país como Alemania, con altos índices de acceso a dispositivos digitales y de uso de redes sociales. La generación de contenidos online será especialmente relevante en el invierno, cuando se reducen los encuentros sociales en el exterior.

Acciones

Se acometerán campañas de marketing *online* tanto con agencias de viaje y turoperadores como con plataformas digitales de entretenimiento (portales de viajes, *lifestyle*, salud, deporte, etc.). Se continuarán las semanas de promoción en redes sociales, coordinando con destinos y clubes de producto la publicación de contenido en los perfiles propios. Se mantendrá el ritmo de captación de *leads* para disponer de contactos afines a los que realizar acciones de marketing directo, a través de campañas *on line* de captación.

2.2. APOYO A LAS VENTAS

Descripción

Teniendo en cuenta las particularidades de la distribución turística en Alemania, mercado en el que existen fuertes turoperadores y una extensa red de agencias de viajes física en continuo proceso de adaptación a un mundo digital, sigue siendo imprescindible contar con esos canales a través de un apoyo ocasional y de la interlocución con las principales asociaciones, agrupaciones y cadenas de agencias representativas del sector (DRV, VUSR, TSS, RTK, etc.), y con las nuevas formas de distribución (SOLAMENTO – plataforma de “Travel Experts” autónomos), así como, en su caso, acciones organizadas por los grandes turoperadores, dada su especial importancia oferta organizada en general y, sobre todo, para algunos sub-destinos de costa e islas.

Acciones

Está prevista la ejecución de acciones con agentes de viajes y/o empresas (jornadas directas e inversas, apoyo a la celebración de eventos y reuniones en España, presentaciones a agentes, viajes de familiarización, *webinars*) y participación en ferias con un componente profesional, como ITB (que en 2023 solamente estará destinada a profesionales) e IMEX. Con carácter previo a la celebración de la ITB se realizará un “*Country Briefing*” dirigido al sector público y empresarial español, utilizando para ello la plataforma de eventos virtuales de Turespaña. Esta misma plataforma será utilizada para la realización de acciones de presentación y difusión de áreas geográficas y destinos menos conocidos, de la mano de blogueros alemanes que las han visitado y que pueden aportar el valor de una experiencia personal.

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.

Desde este punto de vista, adquiere especial relevancia el seguimiento del estado de las reservas en agencias de viajes, en un mercado donde aún representan casi la mitad total de las ventas, y los cambios en el comportamiento del consumidor a lo largo de todo el proceso de compra del viaje (desde la inspiración hasta la valoración y recomendación, pasando por la reserva, el viaje y la experiencia).

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 de indicadores cuatrimestrales, se realizará un seguimiento de la evolución del mercado basado en las ventas en agencias de viajes presenciales y online a través del panel de Travel Data+Analytics GmbH (TDA), entidad que dispone de acceso directo a las bases de datos de las reservas de los principales turoperadores alemanes en tiempo real y que gestiona una muestra representativa de más de 2.000 agencias de viajes de las que se puede extrapolar, por región y tipo de organización, el comportamiento global del mercado.

Además, se prevé la suscripción a la base de datos estadística CNT Light, que permite el acceso y la explotación de los datos del mayor estudio anual sobre el comportamiento de la demanda turística alemana Reiseanalyse (RA) de la asociación de investigación del mercado alemán F.U.R.

Finalmente, a través de la pertenencia a la asociación V.I.R. (Verband Internet Reisevertrieb), se accederá a diversos informes y estudios sobre el mercado de la distribución *on line* en Alemania.

3. PRIORIDADES POR SEGMENTOS

SEGMENTOS	PRIORIDAD
Vacacional: cultura litoral - “M&M” Más que Mar	Media
Vacacional: inmersión familiar completa - “FAM” Familia, Arena y Mar	No prioritario
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	Media
Naturaleza: desconexión activa - “JOMO” Joy of Missing Out	Media
Interior: ciudades del interior – Roadies	Media
Resto	-

(i) M&M – MÁS QUE MAR

Descripción

El segmento M&M, al igual que el FAM, segmentos vacacionales, son los que más fortaleza tienen en el mercado alemán, mercado en el que el turista asocia España fundamentalmente con buen tiempo y posibilidades de bañarse y/o nadar. En este sentido, el reto en este segmento es enriquecer el concepto que el turista alemán tiene de unas vacaciones en un lugar costero, de forma que se incorporen a su imaginario actividades culturales y gastronómicas que se pueden hacer en este tipo de destinos, además de disfrutar del buen tiempo y el baño.

Acciones

Está prevista la realización de viajes de prensa y de agentes a destinos del litoral mediterráneo, Islas Baleares e Islas Canarias, y presentaciones y acciones de comunicación. Sirvan como ejemplos los viajes de agentes a Tenerife en colaboración con RTK, un viaje para turoperadores especializados en venta de viaje sostenibles como *faircations* sobre Menorca sostenible y una presentación a agentes “Baleares sostenible – Mujeres rurales emprendedoras”.

(ii) FAM – FAMILIA, ARENA Y MAR

Descripción

Al igual que en el caso del segmento M&M, en el segmento FAM en el mercado alemán se buscará dar a conocer destinos particularmente poco visitados a las familias alemanas que busquen un destino vacacional de playa menos conocido.

Acciones

Aunque este segmento no es prioritario para la estrategia en el mercado, está prevista la realización de un viaje de agentes a Menorca con el turoperador Olimar Reisen, que ha ampliado su oferta de hoteles en la isla

(iii) SUNNY – SUN, UMBRELLA & YUMMY

Descripción

La promoción dirigida al segmento Sunny se apoyará en la turoperación alemana que ofrece este producto más tradicional en destinos ya consolidados y bien conocidos en el mercado.

Acciones

A pesar de que no es un segmento prioritario en la estrategia en el mercado, a lo largo del año es posible que pueda realizarse alguna acción concreta en colaboración con turoperadores.

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

Descripción

El segmento de demanda del perfil SUMA, aunque es de un tamaño menor que los anteriores y es el segmento en el que el peso de la demanda alemana sobre el total de lo recibido en España desde todos los mercados es menor, será objeto de atención, si bien de una manera algo más moderada, en la planificación de 2023, buscando atraer a destinos muy concretos al turista alemán con mayor capacidad de gasto y consumo.

Acciones

Destacan viajes de agentes y de prensa a destinos urbanos, como el previsto a Madrid para agentes con la Fundación Willy Scharnow, así como a Barcelona, la celebración de las jornadas gastronómicas Eat&Style en Stuttgart y en Düsseldorf, así como una presentación de Andalucía en Frankfurt a clientes finales con Galeria Reisen.

(v) CULTO – CULTURA TOTAL

Descripción

El segmento Culto tiene también un peso moderado y tiene menor margen de crecimiento con relación a otros mercados, como, por ejemplo, el francés. El turista alemán que viaja a España por motivos culturales tiene interés en conocer el patrimonio histórico y cultural, pero en combinación con otro tipo de actividades o motivaciones. La estrategia de promoción del producto turismo cultural pasa por ir introduciendo la variable cultural acompañada de otros argumentos de venta, como el gastronómico, o al hilo de acontecimientos culturales asociados a ciudades que, de por sí, ya gozan de aceptación o imagen como destinos urbanos vacacionales, como puede ser el caso de Málaga.

Acciones

Están previstos viajes de agentes y de prensa a destinos con enfoque en productos de arte y cultura y elemento urbano, así como de intereses especiales, y el establecimiento de puntos de información y comunicación al hilo de exposiciones o festivales, como el Festival cinEScultura de Ratisbona, la acción de *street art* inspirada en la obra de Picasso que se realizará en esta misma ciudad en colaboración con Málaga, o la presentación de Picasso Celebración 1973.2023 en Ingolstadt y en Munich.

(vi) JOMO – JOY OF MISSING OUT

Descripción

El segmento JOMO, centrado en los turistas interesados en destinos de naturaleza e interior, turismo activo, paisajes, biodiversidad y parques naturales, tiene un peso prioritario. El porcentaje de turistas de este perfil es en el caso de Alemania menor que en otros mercados, por eso se considera estratégico incidir sobre la captación de este segmento en el mercado alemán, mercado en el que los turistas con carácter general valoran mucho estas actividades, si bien las realizan en el ámbito más cercano (Austria, Suiza) e incluso dentro de la propia Alemania.

Acciones

Destacan los viajes de prensa, como uno previsto a Navarra como destino de turismo cinematográfico; o los de naturaleza y turismo activo, como el dirigido a La Gomera y El Hierro; las acciones de marketing on

line en colaboración con socios del mercado como es la plataforma de turismo activo Outdooractive; las jornadas inversas sobre cicloturismo como el Foro Internacional de Cicloturismo en Asturias; o el patrocinio del Fernwehfestival de Erlangen .

(vii) ROADIES

Descripción

El segmento Roadies se centra en el perfil de turista que está interesado en conocer la diversidad de pequeñas y medianas ciudades españolas, su encanto, oferta cultural y gastronómica y su excelente conectividad. Si bien en Alemania este segmento goza de una notable penetración (18%), se considera que todavía hay margen de crecimiento en este segmento estratégico que contribuye definitivamente a la vertebración del turismo por todo el territorio.

Acciones

Se realizarán acciones en colaboración con turoperadores específicos como Lernidee para dar a conocer itinerarios y ciudades pequeñas y medianas bien conectadas en tren; viajes de agentes como la Ruta de Castillos y Palacios de Fernando III en Andalucía; viajes de prensa a ciudades menos conocidas, como por ejemplo, Soria con motivo del Congreso Soria Gastronómica; colaboraciones con medios de comunicación para dar a conocer ciudades más pequeñas, por ejemplo, con el medio CounterVor9 para hacer una semana temática de La Rioja.

(viii) LGTBI+

Descripción

Este segmento es relevante en el mercado alemán y las acciones dirigidas a este segmento contribuyen a difundir una imagen de país abierto, diverso, tolerante, integrador y actualizado a la realidad.

Acciones

En el mercado alemán, revistas con gran tirada como *Spartacus Traveler*, *Mate*, *LMag*, *Siegesäule* y *Fresh*, permiten un mejor conocimiento de la oferta española específica. Además, habrá presencia en los principales eventos del colectivo como los CSD de Berlín, Hamburgo y Colonia. Se realizarán viajes de agentes a destinos con marcado interés para el segmento. Por último, se darán a conocer los grandes eventos en España, destacando la celebración de los Gay Games de Valencia en 2026.

4. PRIORIDADES POR PRODUCTOS

PRODUCTOS	PRIORIDAD
Cultura/ <i>heritage</i>	Media
Sol y playa +	Media
Ciudad	Media
Naturaleza/ <i>ourdoors</i> /deporte	Baja
Resto	-

PRODUCTO 1: CULTURA/HERITAGE

Descripción

El producto arte y cultura española está priorizado de manera transversal en la planificación, puesto que se busca en casi todos los segmentos ofrecer una visión enriquecida de los destinos que ofrezcan diversidad de experiencias y actividades, más allá del buen tiempo y el baño.

Acciones

Destacan, en este ámbito, acontecimientos a público final vinculados a manifestaciones culturales: Carnaval de las Culturas de Berlín, exposición sobre Zuloaga en la “Kunsthalle Munich”, concierto de Falla y Zuloaga) y otras acciones en el marco de Picasso Celebración 1973.2023.

PRODUCTO 2: SOL Y PLAYA +

Descripción

Como ya se ha mencionado con anterioridad, en el mercado emisor alemán dominan los segmentos vacacionales vinculados al disfrute del producto sol y playa tradicional, basado en la adquisición de un paquete básico de alojamiento en hotel asequible y con poca o nula interacción con lo local. Desde este punto de vista, las acciones a favor del producto sol y playa plus adquieren especial relevancia, con el fin de coadyuvar a la superación de este modelo.

Acciones

Se realizarán viajes de familiarización y viajes de prensa a destinos tradicionales de playa en el Mediterráneo, pero con una oferta más diversificada como Benidorm o Murcia, a las islas como Tenerife (Carnaval), Lanzarote (festivales), y Fuerteventura.

PRODUCTO 3: CIUDAD

Descripción

El producto turismo urbano encuentra también un peso notable en la planificación para dar a conocer ciudades de más de 200.000 habitantes y, en particular, en 2023 las acciones que se desarrollarán ciudades como Madrid, Barcelona o Málaga. Con la realización de las actividades de promoción dirigidas al turismo urbano se pretende también la consolidación de las rutas aéreas ya existentes o la generación de nueva demanda que pueda servir de base para la apertura de nuevas conexiones aéreas directas.

Acciones

Se realizarán viajes de familiarización a Madrid, Barcelona, Málaga, Valencia y se colaborará con la fundación “Willy Scharnow” para la formación de jóvenes agentes.

PRODUCTO 4: NATURALEZA/*OUTDOORS*/DEPORTES

Descripción

El producto naturaleza, con la diversidad de opciones que supone, tanto de actividades al aire libre como de observación de flora y fauna, es también uno de los productos prioritarios en la planificación de actividades. Los demandantes de este tipo de producto contribuyen a la activación de la economía en entornos geográficos menos desarrollados turísticamente y suelen desarrollar su actividad fuera de la temporada alta.

Acciones

Se realizarán viajes de familiarización y viajes de prensa a destinos con parques naturales, turismo activo en la naturaleza; destinos con rutas a caballo como Andalucía o Cantabria; piragüismo en Asturias; Vías Verdes de España; observación de aves (*birdwatching*) en Extremadura...

5. PRIORIDADES POR TIPOLOGÍA DE DESTINO

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

DESTINOS VACACIONALES

Descripción

Tal como ya se ha indicado, se buscará una promoción de los destinos tradicionales sol y playa más conocidos en el mercado alemán, pero enriqueciendo la oferta de las actividades y favoreciendo un mayor consumo e interacción con lo local.

Acciones

Se realizarán viajes de familiarización y viajes de prensa a destinos tradicionales de playa en el Mediterráneo, pero con una oferta más diversificada como Benidorm o Murcia, a las islas como Tenerife (Carnaval), Lanzarote (festivales), y Fuerteventura.

DESTINOS URBANOS

Descripción

Se promocionarán especialmente las ciudades españolas que gocen de buena conectividad con Alemania, como Madrid, Barcelona, Valencia, o Málaga, con el fin de recuperar o mantener la demanda ya existente y contribuir a la recuperación y mantenimiento de las capacidades aéreas programadas desde el mercado alemán.

Acciones

Se realizarán viajes de familiarización a Madrid, Barcelona, Málaga, Valencia y se colaborará con la fundación “Willy Scharnow” para la formación de jóvenes agentes.

DESTINOS NATURALEZA E INTERIOR

Descripción

Como parte de la estrategia de diversificación temporal de los flujos de demanda y su desconcentración territorial, se promocionarán los puntos turísticos de naturaleza o lugares en el interior, así como ciudades de menos de 200.000 habitantes con potencial de atracción en el mercado alemán.

Acciones

Se realizarán viajes de prensa y con influencers a diversos destinos del interior de España, tanto a pequeños destinos urbanos como a lugares vinculados a la naturaleza. Se promocionará la práctica de deportes activos mediante la presencia en ferias especializadas, el desarrollo de contenidos en la plataforma de turismo activo *outdooractive* o con la colaboración de blogueros que inciden en destinos de naturaleza e interior españoles y en pueblos recónditos, como es el caso del blog “Freibeuter Reisen”.

6. ACCIONES EMBLEMÁTICAS

Acción emblemática 1 (OET Frankfurt)

Título: Picasso Celebración 1973.2023

Fecha estimada de realización: 20 de abril de 2023

Tipo de actividad: Presentación a agentes

Descripción:

El encuentro, dirigido a agentes de viaje y periodistas, se realizará en la filмотeca o museo del cine de Frankfurt con la proyección de una película y la degustación de tapas picassianas con el objeto de promover el programa de eventos de Picasso Celebración 1973.2023. La celebración del 50 aniversario de la muerte del artista constituye una ocasión para la promoción de cinco ciudades españolas asociadas a la vida de Picasso o que celebran importantes exposiciones en relación con la efeméride. También servirá para asociar el destino España al turismo cultural. Por ello presentarán los eventos que se vayan realizando con ocasión de la efeméride y la oferta cultural de las ciudades más vinculadas al aniversario.

Acción emblemática 2 (OET Frankfurt)

Título: Spanien am Main en la Fiesta de los Museos (MUF)

Fecha estimada de realización: 25 a 27 de agosto de 2023

Tipo de actividad: Eventos a público final

Descripción:

La Fiesta de los Museos de Frankfurt es uno de los festivales culturales más grandes de Europa, que el último fin de semana de agosto reúne a más de 1,8 millones de visitantes. A través de nuestra participación se pretende realizar una presentación al público final de la oferta turística española integrando la mayor variedad de destinos, clubes de producto, marcas y empresas españolas a los que se invitará a participar y contribuir al mejor desarrollo de la actividad. Se hará especial hincapié en la promoción de productos de carácter cultural. Se promoverá la dinamización de nuestro espacio a través de la realización de distintas actividades culturales para lo que se dispondrá de un espacio en forma de escenario abierto a la participación de distintos destinos españoles.

Acción emblemática 1 (OET Múnich)

Título: Baleares sostenible - Mujeres rurales emprendedoras

Fecha estimada de realización: marzo de 2023

Tipo de actividad: Presentaciones a agentes, campañas en medios propios, formación a agentes, viaje de blogueros/influencers

Descripción:

Una cocinera que recuperó ingredientes olvidados de Mallorca; un proyecto de agrogranja en Menorca; la única mujer en la Cofradía de Pescadores de Ibiza, y una cocinera especializada en Slowfood en Formentera, sirven de relato para presentar una imagen moderna y sostenible de las cuatro islas. Se llevarán a cabo distintas acciones, presentación a agentes y prensa, podcast, viaje de influencers y formación a agentes.

Acción emblemática 2 (OET Múnich)

Título: Presentación de España con ocasión de la exposición sobre Zuloaga en Múnich

Fecha estimada de realización: 14 de septiembre a 15 de diciembre de 2023

Tipo de actividad: presentaciones a agentes y prensa

Descripción:

Por primera vez en Alemania se lleva a cabo una gran exposición monográfica sobre Ignacio Zuloaga en Múnich, del 15 de septiembre al 4 de febrero de 2024. Se aprovechará este marco para llevar a cabo una serie de acciones: presentación de Andalucía, Castilla y León y Madrid a agentes y prensa. La presentación utilizará una visita guiada como excusa narrativa para presentar la Andalucía folclórica y los paisajes de Castilla. Se llevará a cabo un mapa sobre los museos con cuadros del autor en Madrid. Se llevará a cabo la creación de un paquete turístico, Madrid, Segovia y alrededores para conocer una ruta del pintor y la inauguración del Museo dedicado al pintor en Segovia, acciones de comunicación a prensa y redes sociales, viaje de prensa, viaje con turoperador especializado en viajes religiosos, campaña local con medios.

Acción emblemática 1 (OET Berlín)

Título: CSD Pride Berlin 2023

Fecha estimada de realización: 22 de julio 2023

Tipo de actividad: Eventos a público final

Descripción:

El Christopher Street Day o Día del Orgullo Gay se viene celebrando en muchas ciudades de todo el mundo tanto para la comunidad LGBTQ+ local como para el conjunto de la ciudadanía, con el fin de reclamar iguales derechos independientemente la orientación sexual, así como mayor visibilidad. En Alemania este día se celebra desde hace más de cuarenta años, destacando por su antigüedad y capacidad de convocatoria los CSD de Berlín, de Hamburgo y de Colonia.

En la acción promocional proyectada para el 2023 se dará continuidad a la presencia de Turespaña con una carroza/camión en el desfile del CSD en Berlín, como acción de atracción de turistas del segmento LGBTQ+, pero también como acción de imagen de España como país abierto, diverso.

Adicionalmente, en esta ocasión Turespaña estará presente con un stand en el festival, una vez concluido el desfile, en la Puerta de Brandemburgo, en el que podrán participar también otros destinos españoles, de forma que se ofrecerá al público del evento un punto de información sobre destinos españoles LGBTI+.

La presencia de España en el festival irá acompañada de una campaña local en Berlín que se iniciará durante el mes de junio.

Acción emblemática 2 (OET Berlín)

Título: fvw/Travel Talk Kongress 2023

Fecha estimada de realización: 28 a 30 de septiembre de 2023

Tipo de actividad: apoyo a la celebración de eventos en España

Descripción:

fvw/Travel Talk Kongress se ha consolidado como el foro de discusión más importante del mercado emisor alemán en lo relativo al tratamiento de cuestiones de actualidad, tendencias y tecnologías. La celebración de este foro en España en 2023 brinda una oportunidad única para presentar a una cifra estimada de

400/500 profesionales del mercado alemán la realidad turística de España y su política turística, así como la del destino concreto que acoga este congreso, y se convertirá en una inmejorable plataforma de trabajo en red para los profesionales españoles, que tendrán oportunidad de establecer contacto con representantes de los numerosos turoperadores y agencias de viajes asistentes al mismo.

7. PLAN INICIAL DE ACTIVIDADES

BERLÍN

POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO

EVENTOS AL PÚBLICO FINAL

CAMPAÑAS LOCALES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	CSD Gay Pride Berlin	Global	LGTBI+	01/07	31/07

PRESENTACIONES Y PROMOCIONES AL PÚBLICO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Presentación Saborea España (PNTE)	Gastronomía	SUMA	01/06	30/06
Alemania	Velo Berlin	Itinerarios	Roadies	08/04	09/04

ACCIONES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OTROS PRESCRIPTORES

VIAJE DE PRENSA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de prensa - Entre tradición y modernidad: San Sebastián, la cuna del turismo	Arte y cultura	CULTO	01/06	01/09
Alemania	Viaje de prensa - Extremadura	Gastronomía	CULTO	01/09	31/12
Alemania	Viaje de prensa - Zaragoza y los Monegros con Nicoles Biarnes	Arte y cultura	CULTO	01/05	31/05
Alemania	Viaje de prensa - Festival de Lanzarote	Festivales y espectáculos	M&M	08/06	12/06
Alemania	Viaje de prensa - Atravesando las fronteras naturales entre Aragón y Cataluña	T. Rural	JOMO	01/03	30/06
Alemania	Viaje de prensa - On Location Madrid	T. cinematográfico	Roadies	01/03	31/03
Alemania	Viaje de prensa - Benidorm Slow Travel	Sol y Playa Plus	M&M	01/09	30/11
Alemania	Viaje de prensa - Benidorm Skyline	Sol y Playa Plus	M&M	01/06	01/09
Alemania	Viaje de prensa - Navarra destino de rodajes	T. cinematográfico	JOMO	01/06	04/06
Alemania	Viaje de prensa - Senda mitológica en el Monte Viso (Santiago de Compostela)	Itinerarios	JOMO	01/09	31/10
Alemania	Viaje de prensa - Costa Vasca	Sol y Playa Plus	M&M	21/09	24/09

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de prensa - Ruta por Euskadi en moto en 8 etapas	Itinerarios	Roadies	15/04	15/06
Alemania	Viaje de prensa - La Gran Ruta de la España Verde	Itinerarios	Roadies	15/06	18/06
Alemania	Viaje de prensa - Soria Gastronómica (PNTE)	Gastronomía	Roadies	27/10	31/10
Alemania	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
Alemania	Viaje de influencers - Extremadura	Naturaleza	JOMO	01/09	30/11
Alemania	Viaje de influencers - Málaga con Welttournee (Picasso Celebración 1973.2023)	Arte y cultura	CULTO	01/05	31/05

REUNIONES Y PRESENTACIONES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Workshop Helden Marke - Menorca Slow (PNTE)	Gastronomía	M&M	01/04	30/04
Alemania	Presentación guías turismo cinematográfico	T. cinematográfico	Roadies	01/04	30/04

CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS

MARKETING ON-LINE

CAMPAÑAS EN MEDIOS PROPIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Campaña on line - Lanzarote	Sol y Playa Plus	M&M	01/06	01/09
Alemania	Campaña on line - Rutas Culturales de España	Arte y cultura	Roadies	01/06	01/09
Alemania	Campaña on line - Gay Games València 2026	Grandes eventos en España	LGTBI+	01/12	31/12

APOYO A LAS VENTAS

ACCIONES CON AGENTES DE VIAJES Y/O EMPRESAS

JORNADAS DIRECTAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Roadshow Tenerife	Sol y Playa Plus	M&M	01/04	30/04

JORNADAS INVERSAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Jornadas inversas - Foro de Cicloturismo de Asturias	Cicloturismo	JOMO	01/04	30/04
Alemania	Jornadas inversas - Andalucía Meeting Territorio Agroturista - Momentos Foodies (PNTE)	T. Rural	Roadies	01/05	01/06

VIAJE DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de agentes - Posadas Reales en Castilla y León	T. Rural	JOMO	01/04	30/04
Alemania	Viaje de agentes - Menorca	Naturaleza	M&M	01/04	30/04
Alemania	Viaje de agentes - Madrid (con Willy Scharnow Stiftung)	T. urbano	SUMA	01/05	31/05
Alemania	Viaje de agentes - Trenes turísticos (con Lernidee)	Itinerarios	Roadies	01/09	30/11
Alemania	Viaje de agentes – Barcelona, destino urbano	T. urbano	SUMA	01/10	31/10
Alemania	Viaje de Agentes - Ruta del Vino de Rioja Alavesa (ACEVIN)	Enoturismo	Roadies	31/08	03/09
Alemania	Viaje de agentes - Castillos y Palacios de la Ruta de Fernando III el Santo en Andalucía	Arte y cultura	Roadies	08/05	12/05
Alemania	Viaje de agentes - Ibiza y Formentera	T. activo	M&M	19/04	23/04
Alemania	Viaje de agentes - Málaga: Los orígenes de un genio (Picasso Celebración 1973.2023)	Arte y cultura	CULTO	24/03	27/03
Alemania	Viaje de agentes - Siurana (Cataluña)	Naturaleza	JOMO	31/05	31/05

PRESENTACIONES A AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Presentación - Destinos españoles	Global	Global	01/06	01/09
Alemania	Presentación - Destinos españoles (ITB Berlin)	Global	Global	07/03	09/03
Alemania	Bilbao Vizcaya GastroXperience	Gastronomía	CULTO	09/02	30/04

PARTICIPACIÓN EN ACCIONES ORGANIZADAS POR OPERADORES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Presentaciones trenes turísticos con Lernidee	Itinerarios	Roadies	01/01	28/02

APOYO EVENTOS EN ESPAÑA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Presentación Festa do Marisco	Gastronomía	Global	01/06	30/06
Alemania	FVW Kongress Travel Talk - Valencia	Global	Global	01/09	30/09

PARTICIPACIÓN EN FERIAS

FERIA ORGANIZADA POR LA OET

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	ITB 2023	Global	Global	07/03	09/03

CONOCIMIENTO

REALIZACIÓN DE ESTUDIOS

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

ADQUISICIÓN DE ESTUDIOS Y ESTADÍSTICAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Base de datos FUR Reise Analyse (Demanda cualitativa)	Global	Global	01/01	31/12
Alemania	Base de datos de reservas de TDA	Global	Global	01/01	31/12

FRANKFURT

POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO

EVENTOS AL PÚBLICO FINAL

CAMPAÑAS LOCALES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Spanien am Main en la Fiesta de los Museos	Global	SUMA	25/08	27/08

PUNTO DE INFORMACIÓN AL PÚBLICO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	CSD Hamburgo	Sol y Playa Plus	LGTBI+	04/08	06/08
Alemania	CSD Colonia	Sol y Playa Plus	LGTBI+	07/07	09/07
Alemania	Reisewelt	Arte y cultura	Global	12/02	12/02
Alemania	Kulinart 2023 Frankfurt (PNTE)	Gastronomía	SUMA	14/10	15/10
Alemania	Feria del Libro de Frankfurt	Arte y cultura	CULTO	18/10	22/10
Alemania	Eurobike 2023 Frankfurt	Cicloturismo	JOMO	21/06	25/06
Alemania	Ciderworld 2023 Frankfurt (PNTE)	Gastronomía	SUMA	29/04	29/04

ACCIONES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OTROS PRESCRIPTORES

VIAJE DE PRENSA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de prensa - Bilbao	T. urbano	SUMA	01/03	06/03
Alemania	Viajes de prensa	Arte y cultura	Global	01/06	01/09
Alemania	Viaje de prensa – Donostia / San Sebastián	T. urbano	SUMA	01/05	31/12
Alemania	Viaje de prensa - Lanzarote	Sol y Playa Plus	M&M	01/06	01/09
Alemania	Viaje de prensa - Tenerife MICE Experience	Incentivos	Otros	29/06	02/07
Alemania	Viaje de prensa - Gastronomía en Aragón (PNTE)	Gastronomía	Roadies	01/06	01/09
Alemania	Viaje de prensa - Los Caminos del Norte	Itinerarios	Roadies	01/05	30/06
Alemania	Viaje de prensa - Piragüismo en Asturias	T. activo	JOMO	01/06	04/06
Alemania	Viaje de prensa - Rutas gastronómicas de Extremadura (PNTE)	Gastronomía	Roadies	01/09	01/11
Alemania	Viaje de prensa Enogastronomía en La Rioja - Conferencia Mundial Enoturismo OMT (PTNE)	Enoturismo	Roadies	01/10	31/10

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de prensa – El Camino de Santiago francés en Castilla y León	Arte y cultura	Roadies	01/10	31/10
Alemania	Viaje de prensa - Fuerteventura	Sol y Playa Plus	Sunny	01/10	31/10
Alemania	Viaje de prensa - Mallorca	Sol y Playa Plus	M&M	01/10	30/11
Alemania	Viaje de prensa - Benidorm Pride	Festivales y espectáculos	LGTBI+	03/09	17/09
Alemania	Viaje de prensa - Fuerteventura: los secretos de una isla de arena y viento	Sol y Playa Plus	M&M	03/11	07/11
Alemania	Viaje de prensa - De la montaña al mar: senderismo en Galicia más allá del Camino de Santiago	Naturaleza	JOMO	06/05	10/05
Alemania	Viaje de prensa - El Camino de Santiago a Vela	T. náutico	M&M	06/06	29/06
Alemania	Viaje de prensa - Málaga y Picasso: un paseo por la ciudad natal del artista universal (Picasso Celebración 1973.2023)	Arte y cultura	SUMA	09/05	12/05
Alemania	Viaje de prensa - Del Homo Canariensis al Homo Technicus: secretos de las antiguas culturas en Gran Canaria	Arte y cultura	M&M	09/11	13/11
Alemania	Viaje de prensa - Caminos de Pasión: una ruta por los pueblos de Andalucía en primavera	Itinerarios	Roadies	10/05	16/05
Alemania	Viaje de prensa - Rías Baixas	Gastronomía	Roadies	10/05	13/05
Alemania	Viaje de prensa - Cataluña: la Magia del Fuego en las montañas. Las Fallas del Pirineo	Naturaleza	JOMO	13/06	18/06
Alemania	Viaje de prensa – Murcia: nuevas experiencias en el Mediterráneo	Sol y Playa Plus	M&M	15/09	19/09
Alemania	Viaje de prensa - Salón Gourmet 2023 (PNTE)	Gastronomía	CULTO	17/04	20/04
Alemania	Viaje de prensa - Un viaje de otoño a Zamora: desbordante naturaleza, cultura y vino	Naturaleza	JOMO	18/10	22/10
Alemania	Viaje de prensa - C Valenciana y los placeres de la vida en el campo: dieta mediterránea, productos de kilómetro cero y casas rurales de ensueño	Gastronomía	JOMO	20/04	23/04
Alemania	Viaje de prensa - Feria de Ronda	Festivales y espectáculos	Roadies	21/08	31/08
Alemania	Viaje de prensa - Vitoria-Gasteiz	Arte y cultura	SUMA	21/09	24/09
Alemania	Viaje de prensa - ARCO Madrid 2023	Arte y cultura	CULTO	22/02	26/02
Alemania	Viaje de prensa - Asturias	Naturaleza	Roadies	23/04	26/04
Alemania	Viaje de prensa - Descubrir Andalucía a caballo	T. ecuestre	JOMO	29/11	03/12
Alemania	Viaje de prensa - Rutas del Vino en Castilla y León (PNTE)	Enoturismo	Roadies	31/05	30/06

VIAJES DE BLOGUEROS / INFLUENCERS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de bloggers - Gran Canaria	Sol y Playa Plus	M&M	24/02	27/02

PATROCINIOS

PATROCINIO EVENTOS Y PREMIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	World Paella Day - Viaje de finalistas (PNTE)	Gastronomía	CULTO	01/04	30/11

CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS

MARKETING ON-LINE

CAMPAÑAS CON SOCIOS DE MERCADO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Newsletter - Olimar Reisen	Sol y Playa Plus	M&M	01/02	30/04
Alemania	Campaña de captación de leads	Global	Global	01/03	31/03
Alemania	Publicidad - Contenidos sobre turismo activo y de naturaleza	T. activo	JOMO	01/03	31/03
Alemania	Publicidad on line - segmento LGTBI+	Arte y cultura	LGTBI+	01/03	30/04
Alemania	Creación de contenidos en outdooractive.com	T. activo	JOMO	01/05	01/12

CAMPAÑAS EN MEDIOS PROPIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Newsletter OET - Profesional	Arte y cultura	Global	01/01	31/12
Alemania	Newsletter OET - Turistas	Arte y cultura	Otros	01/01	01/12
Alemania	Gestión redes sociales propias	Global	Global	01/01	31/12
Alemania	Campaña en redes sociales - Vías Verdes	Itinerarios	Global	01/06	30/09
Alemania	Campaña online - FEDELE (primer trimestre)	Español	Otros segmentos	01/03	14/05
Alemania	Campaña en redes sociales. concurso - Ibiza	Sol y Playa Plus	M&M	01/03	31/03

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Campaña on line - España Verde en YouTube	Naturaleza	JOMO	01/11	30/11
Alemania	Campaña on line - Ecoturismo	Naturaleza	JOMO	01/05	30/06
Alemania	Campaña en redes sociales - Saborea España (PNTE)	Gastronomía	SUMA	01/06	30/09
Alemania	Campaña on line - ANEN #Embárcate	T. náutico	M&M	01/06	15/09
Alemania	Campaña en redes sociales - Rutas del Vino de España (PNTE)	Enoturismo	SUMA	01/09	31/12
Alemania	Campaña en redes sociales - Castillos y Palacios	Arte y cultura	CULTO	01/09	31/12
Alemania	Campaña online - FEDELE (tercer trimestre)	Español	Otros	21/08	18/10
Alemania	Campaña on line - Gay Games València 2026	Grandes eventos en España	LGTBI+	01/12	31/12

APOYO A LAS VENTAS

ACCIONES CON AGENTES DE VIAJES Y/O EMPRESAS

JORNADAS DIRECTAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Presentación nuevas conexiones aéreas a Asturias	Itinerarios	Otros	01/09	30/09

JORNADAS INVERSAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Jornadas inversas - Foro Internacional de Turismo Industrial de Asturias	Itinerarios	Roadies	01/03	31/03
Alemania	Jornadas inversas - Foro LGTBI Andalucía	Compras	LGTBI+	30/05	04/06
Alemania	Jornadas inversas - Meet Basque Country	Global	Global	02/10	08/10
Alemania	Jornadas Inversas - Madrid Agency Forum	Incentivos	Otros	11/06	14/06
Alemania	Jornadas inversas - Andalucía MICE Destination	Seminarios y Congresos	Otros	14/11	17/11

VIAJE DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de familiarización - Turismo ecuestre en Cantabria	T. ecuestre	JOMO	01/04	30/06
Alemania	Viaje de agentes - Luxury Health and Wellness en Costa Blanca	T. de salud	Otros	01/11	30/11
Alemania	Viaje de familiarización - MICE en Gran Canaria	Incentivos	Otros	16/11	19/11
Alemania	Viaje de familiarización - Barcelona LGTBIQ+	T. urbano	LGTBI+	01/05	30/06
Alemania	Viaje de familiarización - Eventos de automoción en Sevilla	Incentivos	Otros	01/05	30/06
Alemania	Viaje de familiarización - La Rioja: Senderismo y enogastronomía (PNTE)	Enoturismo	Roadies	01/06	04/06
Alemania	Viaje de agentes - MICE en Costa Blanca y Alicante	Incentivos	Otros	01/06	04/06
Alemania	Viaje de familiarización - Andalucía premium	Sol y Playa Plus	M&M	01/10	31/12
Alemania	Viaje de familiarización - Mallorca Premium	Arte y cultura	M&M	01/10	31/10
Alemania	Viaje de agentes - Menorca con Olimar Reisen	Sol y Playa Plus	FAM	03/05	07/05
Alemania	Viaje de familiarización - Ciudades AVE: Madrid-Santiago de Compostela	T. urbano	SUMA	04/05	07/05
Alemania	Viaje de familiarización - Turismo cultural en Navarra	Arte y cultura	SUMA	14/09	17/09
Alemania	Viaje de familiarización - Bilbao LGTBI+	T. urbano	LGTBI+	15/06	18/06
Alemania	Viaje de familiarización - España destino MICE	Incentivos	SUMA	17/11	19/11
Alemania	Viaje de familiarización - Turismo activo y de naturaleza en Castellón	T. activo	M&M	20/04	23/04
Alemania	Viaje de familiarización - MICE en Mallorca	Incentivos	Otros	20/04	23/04
Alemania	Viaje de familiarización - El Camino Primitivo en Asturias	Itinerarios	Roadies	20/09	24/09
Alemania	Viaje de familiarización - MICE en Sitges y Barcelona	Incentivos	Otros	20/11	01/12
Alemania	Viaje de familiarización - Turismo activo en Mallorca	T. activo	JOMO	23/03	26/03
Alemania	Viaje de familiarización - MICE en la Costa del Sol con Club Med	Incentivos	SUMA	27/03	29/03
Alemania	Viaje de familiarización - Cultura y gastronomía en Aragón	Arte y cultura	Roadies	27/09	01/10
Alemania	Viaje de familiarización - Tenerife MICE Experience	Incentivos	Otros	29/06	02/07

PRESENTACIONES A AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Presentación - La mirada femenina. Viajando por España tras las huellas de las escritoras	Arte y cultura	CULTO	01/03	30/04
Alemania	Presentación – Benidorm, destino MICE	Incentivos	Otros	01/04	30/11
Alemania	Presentación - España Verde: El Espíritu del Norte, una España diferente	Itinerarios	JOMO	01/06	30/06
Alemania	Presentación – Barcelona, destino MICE	Seminarios y Congresos	Otros	01/09	30/09
Alemania	Presentación - C. Valenciana en Frankfurt	Gastronomía	SUMA	01/09	31/10
Alemania	Presentación - Picasso Celebración 1973.2023	Arte y cultura	CULTO	17/04	21/04
Alemania	Presentación - Valencia destino MICE	Incentivos	Otros	26/10	09/11
Alemania	Presentación - Novedades 2024 en Frankfurt	Arte y cultura	Global	27/11	08/12
Alemania	Presentación - Novedades 2024 en Düsseldorf	Arte y cultura	Global	27/11	08/12

FORMACIÓN DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Spain Specialist Program	Arte y cultura	Global	01/05	30/06

PARTICIPACIÓN EN ACCIONES ORGANIZADAS POR OPERADORES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	MICE by Melody	Incentivos	Otros	12/09	14/09
Alemania	Unique Mallorca	T. urbano	SUMA	21/04	24/04
Alemania	MICE Meet Germany Summit	Incentivos	Otros	30/08	31/08

APOYO EVENTOS EN ESPAÑA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Lufthansa City Center General Assembly en Andalucía	Sol y Playa Plus	M&M	01/03	04/03

PARTICIPACIÓN EN FERIAS

FERIA ORGANIZADA POR LA OET

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

Alemania	IMEX Frankfurt 2023	Seminarios y Congresos	Otros	23/05	25/05
----------	---------------------	------------------------	-------	-------	-------

CONOCIMIENTO

REALIZACIÓN DE ESTUDIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Estudio MICE Alemania	Incentivos	Otros	01/05	30/06

MUNICH

POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO

EVENTOS AL PÚBLICO FINAL

CAMPAÑAS LOCALES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Festival cinEScultura (Picasso Celebración 1973.2023)	Arte y cultura	CULTO	26/04	07/05
Alemania	Ruta de la tapa (Picasso Celebración 1973.2023)	Gastronomía	CULTO	27/04	07/05
Alemania	Street art en Regensburg (Picasso Celebración 1973.2023)	Arte y cultura	SUMA	28/04	07/05
Alemania	Jornadas gastronómicas Eat&Style (PNTE)	Gastronomía	SUMA	30/11	30/11

PRESENTACIONES Y PROMOCIONES AL PÚBLICO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Exposición – Soria, ciudad de los poetas	Arte y cultura	CULTO	01/04	31/05
Alemania	Exposición - España Retrato de un país	Arte y cultura	CULTO	27/03	15/12
Alemania	Proyección Legends of Spain en el ciclo de cine independiente Realidad Desbordante	Arte y cultura	CULTO	30/01	28/02

PUNTO DE INFORMACIÓN AL PÚBLICO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Ciclo de conferencias Zuloaga	Arte y cultura	CULTO	01/10	30/11

ACCIONES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OTROS PRESCRIPTORES

VIAJE DE PRENSA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de prensa - Ecoturismo y naturaleza en Asturias	Naturaleza	JOMO	01/06	01/09
Alemania	Viaje de prensa - Siguiendo los pasos de Zuloaga	T. urbano	CULTO	01/03	15/07
Alemania	Viaje de prensa - Benidorm inclusivo	Sol y Playa Plus	M&M	01/06	01/09

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de prensa - Birding en Extremadura	T. ornitológico	JOMO	01/06	01/11
Alemania	Viaje de prensa - Alta Ruta Pirenáica	Itinerarios	JOMO	01/06	31/08
Alemania	Viaje de prensa - Marisqueo en las Rías Baixas	Naturaleza	M&M	14/06	18/06
Alemania	Viaje de prensa - Cicloturismo en Tenerife	Cicloturismo	JOMO	16/02	23/02
Alemania	Viaje de prensa - La Albufera y el origen de la paella (PNTE)	Gastronomía	M&M	17/04	30/04
Alemania	Viaje de prensa - Salón Gourmet 2023 (PNTE)	Gastronomía	CULTO	17/04	20/04
Alemania	Viaje de prensa - Fine Wine Tourism Expo 2023 (PNTE)	Enoturismo	CULTO	28/02	03/03

VIAJES DE BLOGUEROS / INFLUENCERS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de influencers - Baleares Sostenible: Mujeres rurales emprendedoras	T. Rural	M&M	01/02	28/02

PATROCINIOS

PATROCINIO EVENTOS Y PREMIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Fernwehfestival Erlangen	T. activo	JOMO	16/11	19/11

PUBLICIDAD OFF-LINE

PUBLICIDAD EXTERIOR

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Publicidad exterior - Exposición de Zuloaga	Arte y cultura	CULTO	01/08	15/12

CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS

MARKETING ON-LINE

CAMPAÑAS CON SOCIOS DE MERCADO

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

Alemania	Campaña Baleares Sostenible con Faircations	T. Rural	M&M	08/03	10/04
----------	---	----------	-----	-------	-------

APOYO A LAS VENTAS

ACCIONES CON AGENTES DE VIAJES Y/O EMPRESAS

JORNADAS DIRECTAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Roadshow Tenerife	Naturaleza	M&M	25/04	25/04

JORNADAS INVERSAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Jornadas Inversas - Andalucía Bixperience	Cicloturismo	JOMO	01/03	04/03
Alemania	Jornadas inversas - Turismo idiomático en Cantabria	Español	Otros	01/04	30/06
Alemania	Jornadas inversas - Ecoturismo Naturcyl Castilla y León	Naturaleza	JOMO	01/09	30/09
Alemania	Jornadas inversas – Andalucía International Nature & Inland Meeting: Choose Nature!	T. Rural	JOMO	07/10	10/10
Alemania	Jornadas inversas - VII Congreso Nacional de Ecoturismo	Naturaleza	JOMO	09/10	22/10
Alemania	Jornadas inversas - FEDELE Madrid Education Week 2023	Español	Otros	10/07	14/07
Alemania	II Semana FEDELE del español	Español	Otros	15/11	19/11
Alemania	Jornadas Inversas - Cultura y Enogastronomía en Castilla y León (PNTE)	Arte y cultura	Roadies	17/05	20/05

VIAJE DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de familiarización - Golf en la Costa Blanca con Thomas Duppe (DTS Reisebüro)	Golf	M&M	15/11	19/11
Alemania	Viaje de agentes - Enogastronomía en La Rioja - Conferencia Mundial Enoturismo OMT (PTNE)	Enoturismo	Roadies	01/10	31/10
Alemania	Viaje de profesores - FEDELE Málaga Education Week 2023	Español	Otros	05/07	09/07
Alemania	Viaje de familiarización - Lanzarote	T. activo	M&M	08/11	12/11
Alemania	Viaje de familiarización - Menorca	Naturaleza	M&M	11/05	14/05

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de agentes - Tenerife con rtk	Arte y cultura	M&M	11/09	15/09
Alemania	Viaje de familiarización - Golf en Cantabria	Golf	JOMO	12/06	30/06
Alemania	Viaje de agentes - Vías Verdes Val de Zafán	Itinerarios	JOMO	14/06	18/06
Alemania	Viaje de familiarización - Escenas religiosas de Zuloaga con Biblische Reisen	Arte y cultura	CULTO	15/09	30/11
Alemania	Viaje de familiarización - Naturaleza en Asturias	Naturaleza	JOMO	19/04	30/04
Alemania	Viaje de familiarización - Golf en Cataluña	Golf	JOMO	29/03	02/04

PRESENTACIONES A AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Presentación - Baleares sostenible: mujeres rurales emprendedoras	T. Rural	M&M	01/03	31/03
Alemania	Presentación - España como destino de turismo idiomático (XXI Jornadas para profesores de ELE)	Español	Otros	24/03	25/03
Alemania	Presentación - Alicante	T. urbano	SUMA	29/06	29/06
Alemania	Presentación - Castilla y León, Andalucía y Madrid: los lugares de Zuloaga	Arte y cultura	CULTO	30/11	30/11

FORMACIÓN DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Mallorca Sostenible en Faircations	T. Rural	M&M	01/02	30/06

APOYO EN PUNTOS DE VENTA / ESCAPARATE / CATÁLOGOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	Viaje de familiarización - Zuloaga en Madrid y Segovia con Studiosus	Arte y cultura	CULTO	15/09	30/12

PARTICIPACIÓN EN FERIAS

FERIA ORGANIZADA POR LA OET

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento	Inicio	Fin
Alemania	f.re.e Múnich 2023	Global	Global	22/02	26/02