

# PLAN ANUAL OPERATIVO 2025

Red de Consejerías de  
Turismo en el Exterior



## 3.13. Italia

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



## ÍNDICE

Planificación por mercado	1. Resumen situación del mercado. DAFO	5
	2. Prioridades por grupos de tácticas	7
	3. Prioridades por Segmentos	9
	4. Prioridades por Productos	13
	5. Prioridades por tipología de destino	16
	6. Acciones emblemáticas	18
	7. Plan inicial de actividades	21



## 1. RESUMEN SITUACIÓN DEL MERCADO.

<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fuerte estacionalidad y concentración del producto sol y playa.</li> <li>2. Alto porcentaje de turismo doméstico.</li> <li>3. Desequilibrio geográfico: la mayor parte de los flujos de viajeros se concentran en el arco mediterráneo, con excepción de Madrid e Islas Canarias.</li> <li>4. Insuficiente nivel de conocimiento de la oferta española, de su variedad y diversidad.</li> <li>5. Peor posicionamiento que otros competidores como destino cultural y comprometido con la sostenibilidad.</li> </ol>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alta notoriedad y actitud muy positiva hacia la marca turística España.</li> <li>2. Proximidad geográfica.</li> <li>3. Fidelidad del turista italiano al destino.</li> <li>4. Afinidades socioculturales.</li> <li>5. Crecimiento constante y sostenido en los últimos años, con porcentajes de crecimiento superiores a otros mercados emisores tradicionales.</li> <li>6. Excelente conectividad aérea que acerca otras zonas como el norte de España.</li> </ol>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Situación económica incierta después de dos años de pandemia, en un contexto de alta inflación, con gran alza de los precios energéticos.</li> <li>2. Incentivación del turismo doméstico.</li> <li>3. Agresividad comercial de otros destinos competidores cercanos al emisor y con buena imagen en cuanto a su oferta y su precio (Grecia, Turquía, Egipto, Croacia y últimamente Albania).</li> </ol>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presencia de un fuerte deseo de viajar, como se ha comprobado en la temporada de verano, que se suele alargar hasta octubre.</li> <li>2. Fuerte capacidad de crecimiento por la mayor diversificación motivacional y territorial de la demanda del turista italiano post-COVID (destinos no masificados, espacios naturales, actividades al aire libre, teletrabajo en España.)</li> <li>3.</li> <li>4. Demanda creciente de experiencias únicas y personalizadas (bien por cuenta propia, bien a través de agencias <i>taylor made</i>)</li> <li>5. Gran sensibilidad hacia el ecoturismo, turismo activo y turismo rural que suponen nichos de oportunidad.</li> </ol>

En 2024 según el INE, España ha recibido un total de 5.437.840 turistas desde Italia, lo que supone un incremento del 12,1 % sobre el mismo periodo de 2023, y han generado un gasto total acumulado de 5.034,52 millones de euros, un +16,91 % respecto al mismo periodo del año anterior.

En 2024 (datos hasta noviembre) Italia se afianza como 4º país emisor de turismo a España por número de turistas y 6º por gasto total (por detrás de Reino Unido, Francia, Alemania, USA y Países Bajos).

En lo que respecta a la **conectividad** aérea, Italia es el tercer mercado internacional por número de viajeros a aeropuertos españoles.

En general la temporada de invierno 24/25 tenemos 22 aeropuertos italianos conectados con 20 aeropuertos españoles. Según el informe de **Capacidades Aéreas** elaborado por Turespaña para el mes de febrero 2025, medidas en asientos ofertados por las aerolíneas, las reservas desde Italia hacia España ascienden a 825.710 (10,5% sobre el total de asientos) lo que supone un incremento del 17,7 % respecto al pasado año.

España está excelentemente posicionada en Italia, según datos del ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica) en su informe “Viaggi e Vacanze 2023” publicado el 9 de abril 2024, **España es el destino más elegido por los italianos para sus vacaciones fuera de Italia**, un 14% del total de viajes de los italianos al extranjero, por delante de Francia (11%).

**Los destinos más populares** de los italianos en España en 2024 (hasta noviembre), desde el punto de vista del gasto según datos de Egatur, son Cataluña, Islas Baleares, Islas Canarias, Andalucía, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana.

Los objetivos de promoción turística en Italia se centran en:

- Diversificar los flujos turísticos hacia otras zonas menos visitadas de España (CCAA de interior: Castilla León, Castilla La Mancha, Extremadura, Navarra, Rioja, Aragón, pequeñas ciudades y pueblos del interior de todas las CCAA...)
- Incrementar los viajes fuera de temporada alta (especialmente meses enero y febrero y octubre-noviembre-diciembre)
- Atraer a turistas interesados en productos y experiencias turísticas distintos de las tradicionales vacaciones de verano en destinos de costa, con intereses como la cultura, la visita a ciudades, la gastronomía, las compras, el turismo rural, el turismo de naturaleza, la práctica deportiva y actividades al aire libre etc. (los destinos de costa se promocionarán exclusivamente en invierno).
- Elevar el gasto medio, con estancias más largas y con la compra de experiencias Premium.
- Junto al turismo por motivos de “ocio”, se trabajará también el segmento MICE, tratando de conectar no solo con las agencias MICE, sino también con el cliente corporativo.

Desde el punto de vista de la marca, los objetivos de branding son:

- Incorporar el atributo de la sostenibilidad a la marca turística, con especial énfasis en la sostenibilidad social. En este sentido, el desarrollo de un turismo sostenible desde el punto de vista social se entiende como un modelo turístico respetuoso con las comunidades locales donde se desarrolla, favoreciendo el “slow Tourism”, el viaje pausado en el que se trata de interactuar con la población local y aprender de su cultura, poniendo en valor las tradiciones locales de todo tipo (tradiciones culturales, festividades, artesanías, gastronomía...).
- Reposicionar la imagen de España para alejarla de ser una “comodity” de turismo vacacional puro y hacerla más aspiracional y Premium.

## 2. PRIORIDADES POR GRUPOS DE TÁCTICAS

### 2.1. MARKETING Y COMUNICACIÓN

#### 2.1.1. POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO

##### **Descripción**

España es un destino muy bien posicionado en Italia, es de sobra conocido y los turistas que nos visitan son muy fieles. En este sentido, no es necesario hacer esfuerzos de posicionamiento, ya somos el primer destino vacacional europeo para los italianos. Sin embargo, no tenemos el posicionamiento que nos gustaría, por lo que es importante seguir reforzando la estrategia para REPOSICIONAR la marca, tal y como se viene realizando en los últimos años. Este REPOSICIONAMIENTO implica, de un lado, introducir el atributo de la sostenibilidad, o más exactamente la imagen de España como un destino COMPROMETIDO con la sostenibilidad (actualmente ocupan este territorio países nórdicos como Noruega, Finlandia o Suecia, y otros emergentes como Eslovenia, pero no España). De otro lado, reforzar la imagen de destino ASPIRACIONAL y PREMIUM.

##### **Acciones**

Podemos destacar la celebración del 130 aniversario del nacimiento de Balenciaga, con un conjunto de acciones tanto a público final como a profesional que, bajo el hilo conductor del ilustre modisto, dan a conocer diversos destinos españoles desde una nueva óptica.

#### 2.1.2. CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS

##### **Descripción**

El perfil del turista vacacional puro a Italia está altamente fidelizado, por lo que no se considera prioritario orientar la actividad de promoción a este segmento. Sin embargo, existe un ALTO POTENCIAL para la CAPTACIÓN DE NICHOS y SEGMENTOS con intereses muy definidos que no están contemplando España como destino para el disfrute de estas experiencias turísticas. Se tratará de trabajar con las asociaciones, grupos de interés, medios de comunicación específicos, agencias nicho para tratar de impactar a estos nichos interesados en gastronomía, enoturismo, diseño y arquitectura, moda y compras, arte, cicloturismo, etc., y presentarles la oferta española afín a sus intereses.

##### **Acciones**

Entre otras, podemos destacar aquellas acciones dirigidas a nichos con intereses específicos, como los deportes de raqueta, el cicloturismo o la vela, el turismo idiomático o el turismo religioso.

### 2.2. APOYO A LAS VENTAS

##### **Descripción**

Aunque más del 80% de los viajes a Italia son organizados por los turistas de forma independiente o a través de agencias on line, es importante seguir trabajando con los intermediarios turísticos, compañías aéreas y comercializadores de la oferta España. Por lo que se refiere a los intermediarios, trabajaremos sobre todo por identificar, impactar y formar a agencias boutique y agencias nicho con intereses específicos (agencias Premium o agencias especializadas). En relación con los TTOO tradicionales, trataremos de trabajar con ello para que incorporen en sus catálogos paquetes turísticos a destinos menos conocidos, sobre todo del interior, o en el caso de los destinos tradicionales de sol y playa, para que introduzcan productos de mayor calidad (up selling) u ofrezcan nuevos productos y experiencias

complementarios (cross selling). Trabajaremos especialmente con el apoyo a la comercialización de los operadores del segmento MICE, pues entendemos que hay potencial de hacer crecer este segmento.

**Acciones**

La acción más relevante de apoyo a ventas es la Jornada Directa MICE en Milán y Roma.

### 2.3. CONOCIMIENTO

**Descripción**

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

**Acciones**

Se realizarán el estudio de mercado correspondiente al turista italiano, así como jornadas de presentación al sector español sobre el mercado italiano.

### 3. PRIORIDADES POR SEGMENTOS

SEGMENTOS*	PESO
Vacacional: cultura litoral - “M&M” Más que Mar	5%
Vacacional: inmersión familiar completa - “FAM” Familia, Arena y Mar	0%
Vacacional: puro vacacional - “SUNNY” Sun, Umbrella & Yummy	0%
Urbano: Premium en ocio y compras - “SUMA” Shopping, Urbano, Moderno y Abierto	20%
Urbano: Puro cultural con gasto - “CULTO” Cultura Total	10%
Naturaleza: desconexión activa - “JOMO” Joy of Missing Out	15%
Interior: ciudades del interior - Roadies	30%
Resto	20%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

#### (i) M&M – MÁS QUE MAR

##### Descripción

Dedicaremos únicamente un 5% el esfuerzo en acciones de promoción, por estar excelentemente posicionado, en favor de otros segmentos como SUMA, Roadies, JOMO y el turismo MICE.

##### Acciones

##### OET DE MILÁN

Está programado un viaje con influencers a Benidorm accesible y viajes de prensa a Canarias y Formentera que combinan el relax en un destino costero con cultura y gastronomía.

##### OET DE ROMA

Además, están previstos viajes de prensa a Costa de Almería sostenible y la Región de Murcia con Sky TV; un viaje de influencers sobre Sostenibilidad en Benidorm; un viaje de agentes MICE a Gran Canaria; y presentaciones a agentes de los destinos Costa Blanca y Cádiz.

#### (ii) FAM – FAMILIA, ARENA Y MAR

##### Descripción

Es un segmento consolidado en Italia debido a la excelente relación calidad-precio y alta competitividad de la oferta española para el target familia en relación a otros destinos (incluida la propia Italia), así como la proximidad geográfica y la facilidad para organizar las vacaciones familiares, por lo que no se ha considerado la necesidad acciones específicas para este segmento.

##### Acciones

##### OET DE ROMA

Hay previsto un viaje de prensa de turismo deportivo, especialmente en familia, a Formentera que el destino solicita para este segmento

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

##### Descripción

Es un segmento consolidado en Italia debido a la excelente relación calidad-precio y alta competitividad de la oferta española para este target, así como por la excelente conectividad aérea, por lo que no se ha considerado la necesidad acciones específicas para este segmento

## Acciones

No se programan acciones para este segmento.

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

#### Descripción

La potenciación de este segmento es fundamental para el cumplimiento de los objetivos estratégicos señalados, especialmente el relativo a la RENTABILIDAD y al incremento del gasto medio y de la estancia media.

#### Acciones

##### OET DE MILÁN

Campaña on line con il Viaggio (agencia boutique Premium), Jornadas inversas Andalucía Foro Experiencias Singulares Premium, y otros viajes de agentes.

Viajes de prensa a Madrid y Barcelona para dar a conocer Spain Designed for Feeling (experiencias Premium en colaboración con el FORO MARCAS RENOMBRADAS), Viaje a Madrid con ocasión de Madrid Fusión, viaje de prensa a Sevilla y Granada y otros viajes de prensa.

Acciones en el marco del 130 aniversario del nacimiento de BALENCIAGA, Exposición Balenciaga en la Semana de la Moda de Milán (público final y pase privado operadores y prensa turística), Conferencia Balenciaga y España, Guía de viaje Balenciaga, Contenido Microsite y campaña en RRSS, así como viaje prensa/influencers a Guetaria/San Sebastián y Madrid.

##### OET DE ROMA

Además, está previsto un viaje de prensa a Madrid capital en movimiento; así como viajes de agentes a Sevilla y Toledo en búsqueda de experiencias únicas, compras y lujo auténtico; y Granada como destino de cultura y placer. Están previstas presentaciones a agentes y operadores sobre las Excelencias gastronómicas y la participación en las jornadas inversas “Foro Experiencias Singulares Premium” que tendrá lugar en Andalucía.

### (v) CULTO – CULTURA TOTAL

#### Descripción

Es un segmento que coincide con los intereses del turista italiano que queremos atraer y, por tanto, relevante para la estrategia en este mercado (atraer turistas con motivaciones distintas del sol y playa en verano que viajan a lugares menos conocidos y fuera de temporada estival). Hay que aprovechar el gran potencial que ofrece la excelente conectividad existente entre Italia y España.

#### Acciones

##### OET DE MILÁN

Viaje de bloggers a Extremadura, viaje de prensa a Madrid Cultural, viaje de agentes a Valencia con Boscolo (turoperador turismo cultural), Viaje de prensa Valencia Cultural, Viaje de prensa cultural Málaga y Granada.

##### OET DE ROMA

Además, están previstos sendos viajes de prensa a Málaga ciudad de Picasso, Extremadura y su arte contemporáneo o Madrid, destino de vanguardia cultural y artística. La presentación a agentes en el

marco de la exposición con ocasión del Centenario de Martin Chirino y el Festival Cinemaspaña 2025 en distintas sedes italianas completan el segmento cultura.

**(vi) JOMO – JOY OF MISSING OUT**

**Descripción**

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

**Acciones**

**OET DE MILÁN**

Feria de cicloturismo, campañas en RRSS sobre ecoturismo en España y conoce las Vías Verdes en España, viaje de prensa y de agentes al Tenerife Bike Festival, viaje de agentes Aragón turismo activo, Viaje de prensa - Pedaleando desde Valencia a Bolonia por la sostenibilidad.

**OET DE ROMA**

También están previstos dos viajes de prensa con WWF: Naturaleza en Parque Nacional de Monfrague, y en la Sierra de Andújar; Viaje de agentes de agencias de turismo activo-aventura de grupo a las CCAA de Castilla y León; Aragón y Castilla la Mancha, además de un viaje de operadores al Parque Natural del Montseny. Desde la OET de Roma se participará en las Jornadas inversas en Extremadura: Birdwatching Fair (FIO); en Andalucía: Foro de Turismo Sostenible y BikeXperience; y en Castilla y León.

**(vii) ROADIES**

**Descripción**

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

**Acciones**

**OET DE MILÁN**

Presentación destino Asturias, campaña con lastminute.com para dar a conocer Ciudades Patrimonio de la Humanidad y Destinos de Interior, viaje de agentes a Galicia, presentación Castilla La Mancha en el marco del Salone del Mobile como territorio de artesanía, viaje de prensa Zaragoza y rutas del vino de Aragón y gastronomía única de Teruel, presentación España Verde live streaming, Rutas del vino CyL, campaña en RRSS Red de patrimonio Histórico y JJII Turismo cultural & INTUR, viaje de influencers Castilla-La Mancha. Evento gastronómico presentación La Rioja y Navarra a prensa y operadores turísticos “La Spagna al Femmine”.

**OET DE ROMA**

Viaje de prensa a Zaragoza “Capital Mundial de la Garnacha”; y a Navarra “Itinerario de las brujas (TV)”; también a Burgos “Pueblos increíbles”; y rutas de Galicia; a las rutas del Vino de Somontano; y de Castilla y León, así como a Soria Gastronómica. A Valencia por el Año Jubilar Santo Cáliz, también a Toledo ciudad de las tres culturas. Se prevén viaje de influencers a “El camino del Rocio”; “La Matarraña de Teruel”, o “El Camino de Santiago”. Se han planificado viaje de agentes a: la “España Verde” y a “Cádiz (Sail GP 2025) y Marco de Jerez”, así como un viaje de agencias Top Boscolo a Galicia. Está prevista la participación en “Vinoforum Roma 2025” y “Moto days Roma” con un punto de información al público; así como presentaciones de “la Gastronomía de la provincia de Valencia”; o “Vías Verdes y cicloturismo en España”.

También hay planificadas presentaciones a agentes: “Turismo Religioso Jubileo Roma 2025”; un “Taller gastronómico de la Región de Murcia”; o “Scoprire la Spagna Autentica: Un Viaggio attraverso il fascino rurale” así como un Webinar de “formación sobre la España Verde”. Esta prevista una Campaña online – “Paradores, Ciudades Patrimonio de la Humanidad y pueblos más bonitos de España” y la asistencia a las Jornadas inversas - AR-PA Turismo Cultural & INTUR / Famtrip Cultural, Gastronomy and City Breaks.

**(viii) RESTO**

**Descripción**

Se incluyen en este apartado dos segmentos que son relevantes en el mercado y que no se corresponden con ninguno de los anteriores como son los vinculados con el turismo MICE e idiomático o aquellos segmentos más nicho.

**Acciones**

**OET DE MILÁN**

Jornadas Inversas - Andalucía Congreso Lengua y Cultura 2024, Viaje de Agentes - Sevilla destino MICE, Viaje de agentes - Madrid Agency Forum, Jornadas inversas - FEDELE IV Semana del español, Campaña en redes sociales - Turismo Idiomático, Jornadas directas - MICE Spain Milan y Roma, Taller b2b en reunión del Capítulo Ibérico de ICCA (Zaragoza), Taller b2b en reunión del ICCA Global Association Forum, Jornadas Inversas Intur NEGOCIOS. Evento Raquet Trend Milano, campaña digital SCREEN TOURISM, viaje de Prensa Cádiz Sail GP.

#### 4. PRIORIDADES POR PRODUCTOS

PRODUCTOS	PESO
Cultura/heritage	25%
Gastronomía	15%
Ciudad	35%
Naturaleza/outdoors/deporte	20%
Sol y Playa+	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

##### PRODUCTO 1: CULTURA/HERITAGE

###### Descripción

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

###### Acciones

###### OET DE MILÁN

Viaje de prensa - El arte contemporáneo en Extremadura, Campaña en redes sociales - Red de Patrimonio Histórico, Viaje de prensa Granada y Málaga, Presentación ARTESANÍA Castilla La Mancha en el marco del Salone del Mobile, Viaje de prensa Valencia Cultural, Viaje de agentes Valencia con TTOO Bóscolo.

###### OET DE ROMA

La Campaña online – “Paradores, Ciudades Patrimonio de la Humanidad y pueblos más bonitos de España” y la asistencia a las Jornadas inversas - AR-PA Turismo Cultural & INTUR / Famtrip Cultural, Gastronomy and City Breaks; o sendos viajes de prensa a Málaga ciudad de Picasso, Extremadura y su arte contemporáneo o Madrid, destino de vanguardia cultural y artística. La presentación a agentes en el marco de la exposición con ocasión del Centenario de Martin Chirino y el Festival Cinemaspaña 2025 en distintas sedes italianas completan la promoción de este producto

##### PRODUCTO 2: GASTRONOMÍA

###### Descripción

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

###### Acciones

###### OET DE MILÁN

Madrid Fusión, La Spagna al Femminile Presentación Navarra y Rioja a través de su Gastronomía, Viaje de prensa - Cultura y Enoturismo, Rutas del Vino Castilla y León. Viaje de prensa Alicante capital española de la gastronomía, Presentación en Milán Alicante Capital española de la gastronomía.

###### OET DE ROMA

Así como presentaciones de “la Gastronomía de la provincia de Valencia”; o el “Taller gastronómico de la Región de Murcia”; o viajes de prensa a Zaragoza “Capital Mundial de la Garnacha”; a las rutas del Vino

de Somontano; y de Castilla y León, así como a Soria Gastronómica y una serie de presentaciones a operadores sobre las Excelencias gastronómicas españolas.

### PRODUCTO 3: CIUDAD

#### Descripción

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

#### Acciones

##### OET DE MILÁN

Presentación Sevilla y Málaga en Milán, Viaje de Prensa Santander: Cultura y Gastronomía, Viaje de Prensa Descubriendo Málaga y Granada, Viaje de prensa a Zaragoza, Campaña digital Last Minute, Aniversario Balenciaga.

##### OET DE ROMA

Viaje de prensa a Zaragoza “Capital Mundial de la Garnacha”, a Valencia por el Año Jubilar Santo Cáliz, también a Toledo ciudad de las tres culturas. Se han planificado viaje de agentes a “Cádiz (Sail GP 2025) y Marco de Jerez”, así como un viaje de agencias Top Boscolo a Galicia. Además, están previstos sendos viajes de prensa a Málaga ciudad de Picasso, Extremadura y su arte contemporáneo; así como viajes de agentes a Sevilla y Toledo en búsqueda de experiencias únicas, compras y lujo auténtico; y Granada como destino de cultura y placer. También se prevén viajes de prensa a Costa de Almería sostenible y la Región de Murcia con Sky TV; un viaje de agentes MICE a Las Palmas de Gran Canaria; y presentaciones a agentes de los destinos Costa Blanca y Cádiz.

### PRODUCTO 4: NATURALEZA/OUTDOORS/DEPORTES

#### Descripción

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

#### Acciones

##### OET DE MILÁN

Feria del Cicloturismo, Vuelta ciclista a España en Italia, campañas en RRSS sobre ecoturismo en España y conoce las Vías Verdes en España, viaje de prensa y de agentes al Tenerife Bike Festival, viaje de agentes Vías Verdes, viaje de prensa Cádiz Sail GP 2025 y viaje de agentes Aragón turismo activo, Viaje de prensa - Pedaleando desde Valencia a Bolonia por la sostenibilidad.

##### OET DE ROMA

Se prevén viaje de influencers a “El camino del Rocio”; “La Matarraña de Teruel”, o “El Camino de Santiago”. Se han planificado viaje de agentes a: la “España Verde” y a “Cádiz (Sail GP 2025) y Marco de Jerez”, así como un viaje de agencias Top Boscolo a Galicia. Está prevista una presentación “Vías Verdes y cicloturismo en España”, y un Webinar de “formación sobre la España Verde”. Esta prevista una Campaña online – “Paradores, Ciudades Patrimonio de la Humanidad y pueblos más bonitos de España” y la asistencia a las Jornadas inversas - AR-PA Turismo Cultural & INTUR / Famtrip Cultural, Gastronomy and City Breaks

También están previstos dos viajes de prensa con WWF: Naturaleza en Parque Nacional de Monfrague, y en la Sierra de Andújar; Viaje de agentes de agencias de turismo activo-aventura de grupo a las CCAA de

Castilla y León; Aragón y Castilla la Mancha, además de un viaje de operadores al Parque Natural del Montseny. Desde la OET de Roma se participará en las Jornadas inversas en Extremadura: Birdwatching Fair (FIO); en Andalucía: Foro de Turismo Sostenible y BikeXperience; y en Castilla y León.

#### **PRODUCTO 5: SOL Y PLAYA PLUS**

##### **Descripción**

Es un producto con excelente posicionamiento en este mercado. Los italianos son muy fieles a destinos españoles en las Islas Baleares, como Formentera o Ibiza, pero están empezando también a viajar mucho a Menorca por el incremento de las conexiones aéreas. También las Islas Canarias es un destino muy consolidado. Además de disfrutar de la costa realizan actividades culturales, de enogastronomía, náuticas, así como compras, sobre todo, de artesanía y productos tradicionales.

##### **Acciones**

###### **OET DE MILÁN**

Viaje de prensa a Formentera, Viaje de influencers - Benidorm accesible, Viaje de prensa – Canarias.

###### **OET DE ROMA**

Además, están previstos viajes de prensa a Costa de Almería sostenible y la Región de Murcia con Sky TV; un viaje de influencers sobre Sostenibilidad en Benidorm; un viaje de agentes MICE a Gran Canaria; y presentaciones a agentes de los destinos Costa Blanca y Cádiz.

## 5. PRIORIDADES POR TIPOLOGÍA DE DESTINO

TIPOLOGÍA DE DESTINO	PESO
Destinos vacacionales	10%
Destinos urbanos	50%
Destinos de naturaleza e interior	40%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### DESTINOS VACACIONALES

#### Descripción

Los destinos vacacionales principales para este mercado son las Cataluña, Islas Baleares, Islas Canarias, Comunidad Valenciana y Andalucía. Se seguirá trabajando con ellos, pero para promocionar el sol y playa en invierno y sobre todo otros productos que también se pueden disfrutar en esos destinos como gastronomía, cultura, turismo activo y deportes....

#### Acciones

##### OET DE MILÁN

viaje a Formentera, Viaje de prensa a Benidorm accesible, viaje de prensa a Canarias, viaje de prensa y de agentes al Tenerife Bike Festival

##### OET DE ROMA

Además, están previstos sendos viajes de prensa a Málaga ciudad de Picasso a Costa de Almería sostenible y la Región de Murcia con Sky TV; un viaje de influencers sobre Sostenibilidad en Benidorm; un viaje de agentes MICE a Gran Canaria; y presentaciones a agentes de los destinos Costa Blanca y Cádiz, o la participación en las jornadas inversas “Foro Experiencias Singulares Premium” que tendrá lugar en Andalucía.

### DESTINOS URBANOS

#### Descripción

La actividad principal de los turistas italiano que viajaron a España en 2021 fue la visita a las ciudades (62%) y las compras (57%). Por ello los destinos urbanos tienen una gran importancia en la promoción turística desde este mercado. Como se ha señalado, la promoción en este segmento se extenderá, además de a las ciudades principales, a las ciudades del norte de España y a otras ciudades de CCAA de interior.

#### Acciones

##### OET DE MILÁN

Jornadas inversas - Andalucía Foro Experiencias Singulares Premium, Presentación Sevilla y Málaga, Viaje de Prensa – Santander: Cultura y Gastronomía, Viaje de prensa - Descubriendo Málaga y Granada, Viaje de prensa - Cultura y lifestyle en la Comunidad de Madrid, Viaje prensa Zaragoza.

### DESTINOS NATURALEZA E INTERIOR

#### Descripción

La promoción de los destinos de naturaleza e interior tiene un gran potencial en Italia. Son destinos aún no conocidos, pero que responden a la motivación del perfil de turista de este mercado. Hay algunos

productos muy bien posicionados en este segmento, pero existe margen para continuar esta línea de trabajo con nuevas propuestas.

### **Acciones**

#### **OET DE MILÁN**

Feria del Cicloturismo, campañas en RRSS sobre ecoturismo en España y conoce las Vías Verdes en España, viaje de agentes Vías Verdes, y viaje de agentes Aragón turismo activo, Viaje de prensa - Pedaleando desde Valencia a Bolonia por la sostenibilidad, viaje blogueros Extremadura, Viaje agentes a Galicia, presentación Asturias, Jornadas Inversas INTUR, viaje de influencers Castilla La Mancha,

#### **OET DE ROMA**

Viaje de prensa a Navarra “Itinerario de las brujas (TV)” ; también a Burgos “Pueblos increíbles” ; y rutas de Galicia; a las rutas del Vino de Somontano; y de Castilla y León, así como a Soria Gastronómica. Se prevén viaje de influencers a “El camino del Rocio” ; “La Matarraña de Teruel” , o “El Camino de Santiago” . Se han planificado viaje de agentes a: la “España Verde” y a “Cádiz (Sail GP 2025) y Marco de Jerez” también presentaciones de “Vías Verdes y cicloturismo en España” . Esta prevista una Campaña online – “Paradores, Ciudades Patrimonio de la Humanidad y pueblos más bonitos de España” y la asistencia a las Jornadas inversas - AR-PA Turismo Cultural & INTUR / Famtrip Cultural, Gastronomy and City Breaks

También están previstos dos viajes de prensa con WWF: Naturaleza en Parque Nacional de Monfrague, y en la Sierra de Andújar; Viaje de agentes de agencias de turismo activo-aventura de grupo a las CCAA de Castilla y León; Aragón y Castilla la Mancha, además de un viaje de operadores al Parque Natural del Montseny. Desde la OET de Roma se participará en las Jornadas inversas en Extremadura: Birdwatching Fair (FIO); en Andalucía: Foro de Turismo Sostenible y BikeXperience; y en Castilla y León.

## 6. ACCIONES EMBLEMÁTICAS

### OET DE MILÁN

#### Acción emblemática 1

Título: Celebración 130 aniversario BALENCIAGA

Fecha estimada de realización: del 21 de febrero de 2025 al 2 de marzo 2025

Tipo de actividad: Campaña local

Descripción:

Durante la Semana de la Moda de Milán, tendrá lugar una exposición para rendir homenaje a la obra y figura del maestro de la Alta Costura. Dicha exposición tendrá lugar en el prestigioso Palazzo Morando en Milán del 21 de febrero al 2 de marzo de 2025, con la inauguración oficial el lunes 24 de febrero con la presencia del Embajador de España.

La exposición "Balenciaga - Shoes From Spain Tribute", organizada por FICE (Federación Española de Industrias del Calzado) marca un hito al traer a Italia la obra del maestro Cristóbal Balenciaga en su primera exposición monográfica en el país. Por primera vez, los museos españoles (Museo Balenciaga Guetaria, Museo del Diseño de BCN, Museo del Traje de MADRID) y las colecciones privadas nacionales se unen para mostrar en el extranjero la obra de Cristóbal Balenciaga. Esta actividad cuenta con el apoyo de ICEX y la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán como principal patrocinador; también colaboran, el Ministerio de Cultura, a través de Acción Cultural Española, el Instituto Cervantes en Milán y otros patrocinadores públicos y privados.

Turespaña, como patrocinador, estará presente con nuestro logo en toda la comunicación – nota de prensa, rueda de prensa, presencia “on site” - y campaña de publicidad de la Exposición; además, organizaremos una conferencia para 100 personas en torno al territorio que inspiró a Balenciaga y se dará a conocer los diversos aspectos de nuestro país que inspiraron su obra (la pintura, el folclore, etc.), y de este modo enlazar con los destinos turísticos españoles. Al mismo tiempo realizaremos una actividad de RRPP Premium al ofrecer a nuestros invitados (unas 70 personas entre prensa, agentes del sector y prescriptores) en un recorrido privado por la exposición, así como un coctel con productos españoles.

Además, estamos realizando una un brochure que se llama MODA E ARTE, TRADIZIONE E AVANGUARDIA. LA SPAGNA ATTRAVERSO LO SGUARDO DI BALENCIAGA que será distribuida en el dossier de la rueda de prensa que tendrá lugar el 21 de febrero para unos 50 periodistas, así como entre nuestros invitados e entre los asistentes a nuestra conferencia. También se colgará en Landing page que estamos realizando para este evento.

Dentro de nuestras RRSS estamos realizando una campaña con dos tipos de post, uno que lleva a la landing page de la exposición y otro que lleva directamente a nuestra landing page donde aparecen contenidos sobre visitar España en el año de Balenciaga.

#### Acción emblemática 2

Título: Raquet Trend Milán

Fecha estimada de realización: 7 al 9 de marzo 2025

Tipo de actividad: Campaña Local

Descripción:

Turespaña, a través de la Consejería española de turismo en Milán, participará en RACQUET TREND (Milán, 07-09 marzo 2025), un evento híbrido B2C-B2B dedicado a los deportes de raqueta (tenis, pádel,

pickleball, beach tennis, tenis de mesa, squash y bádminton) y organizado por NEXT GROUP - empresa con una larga trayectoria en la realización de eventos, incentivos y comunicación – .

En sus dos anteriores ediciones, según la organización, atrajo a un total de 40.000 visitantes y reunió a 265 marcas y 4.500 clubes. Este año por primera vez y en respuesta al interés constatado en las dos primeras ediciones, incorporará como novedad un área dedicada al turismo deportivo, donde vemos una gran oportunidad para posicionar a España como destino líder de este segmento (en el más amplio sentido, tanto para practicar deporte, como para asistir como espectador a eventos deportivos, etc...).

Creemos que para el éxito del proyecto todos los “stakeholders” españoles vinculados al mundo de los deportes de raqueta deberíamos estar alineados, y por ese motivo, les invitamos a valorar su participación junto con Turespaña en este evento. Además de algunos de los principales destinos españoles (Andalucía, C. Valenciana y marcas, Murcia, Tenerife, Lanzarote), han confirmado su interés en participar, la Federación española de tenis y la Federación española de pádel, así como Paradores y diversas empresas turísticas.

Turespaña propone la participación en el VILLAGE ESPAÑA que estará situada en el Área de Turismo Deportivo y en proximidad del Área Conference (Auditorio) y Área Business lounge.

Cada participante tendrá la opción de contratar un stand modular de dimensiones mínimo 4x 4 m (16m<sup>2</sup>). A continuación, las tarifas negociadas con la organización que incluyen un 20% de descuento sobre el precio de catálogo.

Asimismo, TURESPAÑA organizará en el AREA CONFERENCE (Auditorio) con capacidad para 200 personas, una serie de CONFERENCIAS/MESAS REDONDAS dedicadas a la oferta española de la duración total de 2 horas y en el ÁREA BUSINESS LOUNGE tendrán lugar el encuentro B2B dedicado a la oferta española en el que participarán buyers internacionales seleccionados (operadores turísticos, academias y clubs - potenciales canalizadores de la demanda de este tipo de servicios, empresas interesadas en incentivos o viajes de negocios, etc.).

## **OET DE ROMA**

### **Acción emblemática 1**

Título: Presentaciones - Turismo Religioso Jubileo Roma 2025 CMI

Fecha estimada de realización: entre el 1 de abril y el 18 de mayo

Tipo de actividad: Presentaciones

Descripción:

Turismo religioso- España es líder en lugares santos de la Cristiandad, tres de las cinco ciudades Santas de la Cristiandad se encuentran en España (Santiago de Compostela, Santo Toribio de Liébana y Caravaca de la Cruz). Las peregrinaciones a estos lugares santos –en particular Santiago de Compostela- no solo son internacionalmente reconocidas, sino que constituyen, en cierto modo, el inicio de la actividad turística entendida como actividad económica basada en el viaje de personas no residentes. España que es potencia y líder turístico debería ser, además una potencia internacional en turismo religioso.

Jubileo Roma 2025- En 2025 Roma celebra su Jubileo. Se espera que lleguen en el entorno de los 32-36 millones de turistas a visitar la capital de Italia y el Estado Vaticano. Son peregrinos de todo el mundo, pero con un porcentaje importante de visitantes del continente americano.

La presencia tantos millones de peregrinos, con una motivación religiosa, ofrece a la OET de Roma una oportunidad extraordinaria para comunicar la oferta turística española relacionada con la religión

católica. Por ello se propone la celebración de un ciclo de presentaciones de las Fiestas de Interés Turístico Internacional con motivación religiosa en Roma durante el año jubilar 2025.

Para comunicar nuestra oferta turística a los católicos venidos de todo el mundo disponemos de unas infraestructuras excelentes y bien situadas. En la Piazza di Spagna, frente a la Virgen de la Inmaculada Concepción y en el edificio de la Embajada de España ante la Santa Sede y la Orden de Malta, se encuentra el Centro Multimedia Interactivo CMI que permite realizar presentaciones, grabaciones y proyecciones de la oferta turística de nuestros destinos. (ver <https://events.esperienzaspagna.it/>)

Se pretende presentar estas Fiestas de Interés Turístico Internacional de naturaleza religiosa, como una forma de descubrir España: visitado las manifestaciones religiosas que tienen lugar en nuestro país, muy particularmente durante la Semana Santa, porque en cada zona de España se celebra de manera distinta. En España, la Semana Santa se festeja con gran emoción. La gente participa vivamente de los actos y tradiciones. De día y de noche, las calles se convierten en espacios donde se mezclan la música de los tambores, el colorido de las flores y el arte de las esculturas religiosas, creando así una imagen conmovedora. La Semana Santa se celebra en todas las ciudades y puntos de España, algunas, sin embargo, tienen un especial atractivo y singularidad, y son muy conocidas. Hay otras celebraciones religiosas como el Corpus Cristi, El Pilar o la celebración del Misterio, que han declaradas de Interés Turístico Internacional.

Estas FITI son **Semana Santa en España**: Andalucía (Semana Santa de Granada; Semana Santa de Málaga; Semana Santa de Sevilla); Aragón (Semana Santa de Albalate del Arzobispo; Semana Santa de Alcañiz ; Semana Santa de Alcorisa ; Semana Santa de Andorra ; Semana Santa de Calanda ; Semana Santa de Híjar ; Semana Santa de La Puebla de Híjar ; Semana Santa de Samper de Calanda ; Semana Santa de Urrea de Gaén; Semana Santa de Zaragoza); Castilla y León (Semana Santa de Ávila; Semana Santa de León; Semana Santa de Medina del Campo; Semana Santa de Medina de Rioseco; Semana Santa de Palencia; Semana Santa de Salamanca; Semana Santa de Valladolid ; Semana Santa de Zamora); Castilla-La Mancha (Semana Santa de Cuenca; Semana Santa de Toledo;Tamborada (Semana Santa de Hellín)); Extremadura(Semana Santa de Mérida; Semana Santa de Cáceres); Galicia( Semana Santa de Ferrol; Semana Santa de Viveiro); Comunidad Valenciana (La Procesión del Domingo de Ramos de Elche; Semana Santa de Crevillent; Semana Santa de Orihuela); Región de Murcia (Semana Santa de Cartagena ; Semana Santa de Cieza; Semana Santa de Jumilla ; Semana Santa de Lorca; Semana Santa de Mula; Semana Santa de Murcia).

Y otras **manifestaciones religiosas** en España: Andalucía (Romería del Rocío); Aragón (Fiesta del Pilar); Castilla y León (Procesión del Corpus Béjar); Castilla-La Mancha (Corpus Christi Toledo); Galicia (Corpus Christi Ponteareas; Santiago Apóstol); Comunidad Valenciana (Misterio de Elche)

Se incluye en este ciclo, por su excepcionalidad, la posible presentación de las ciudades de Sevilla y Málaga de donde asistirán a la "Magna Procesión" entre el 15 y 18 de mayo las cofradías del "Cristo del Cachorro" (Sevilla) y "Esperanza de Málaga" (Málaga).

## 7. PLAN INICIAL DE ACTIVIDADES

Para el año 2025, se ha planificado la ejecución de las siguientes actividades, lideradas por las Consejerías de Turismo en coordinación con empresas y destinos del sector turístico español.

### ROMA

#### POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO

##### EVENTOS AL PÚBLICO FINAL

###### PRESENTACIONES Y PROMOCIONES AL PÚBLICO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Presentación - Gastronomía de la provincia de Valencia	Arte y cultura	Roadies
Italia	Webinar - Vías Verdes y cicloturismo en España	Itinerarios	Roadies

###### PUNTO DE INFORMACIÓN AL PÚBLICO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Vinoforum Roma 2025	Enoturismo	Roadies
Italia	Moto days Roma	Otros deportes	Roadies

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

###### VIAJE DE PRENSA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Viaje de prensa - Naturaleza en Parque Nacional de Monfrague con WWF	Naturaleza	JOMO
Italia	Viaje de prensa - Naturaleza en Sierra de Andujar con WWF	Naturaleza	JOMO
Italia	Viaje de prensa - Málaga ciudad de Picasso	Arte y cultura	CULTO
Italia	Viaje de prensa - Turismo cultural en Castilla y León	Arte y cultura	Roadies
Italia	Viaje de prensa TV - Navarra itinerario de las brujas	Itinerarios	Roadies

Italia	Viaje de prensa- Costa de Almeria sostenible	Sol y Playa Plus	M&M
Italia	Viaje de prensa - Pueblos increíbles de Burgos	Arte y cultura	Roadies
Italia	Viaje de influencers - El camino del Rocio	Itinerarios	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Galicia	Arte y cultura	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Ruta del vino de Somontano	Enoturismo	Roadies
Italia	Viaje de prensa - El arte contemporáneo en Extremadura	Arte y cultura	CULTO
Italia	Viaje de prensa - Zaragoza Capital Mundial de la Garnacha	Enoturismo	CULTO
Italia	Viaje de prensa - Año Jubilar Santo Cáliz	T. religioso	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Turismo deportivo Formentera	T. activo	FAM
Italia	Viaje de prensa- Región de Murcia con Sky TV	Arte y cultura	M&M
Italia	Viaje de prensa - Santander MICE	Seminarios y Congresos	Otros
Italia	Viaje de prensa - Santander. Cultura y gastronomía	Arte y cultura	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Cultura y Enoturismo. Rutas del Vino Castilla y León	Enoturismo	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Madrid, destino de vanguardia cultural y artística	Arte y cultura	CULTO
Italia	Viaje de prensa - Foro de Marcas Renombradas	Global España	Global segmentos
Italia	Viaje de prensa - Soria Gastronómica	Gastronomía	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Melilla, Europa en África	Arte y cultura	Otros
Italia	Viaje de prensa - Madrid capital en movimiento	T. urbano	SUMA
Italia	Viaje de prensa - Toledo ciudad de las tres culturas	Arte y cultura	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Madrid Fusión 2025	Gastronomía	CULTO

#### VIAJES DE BLOGUEROS / INFLUENCERS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Viaje de influencers - Matarraña -Teruel	T. rural	Roadies
Italia	Viaje influencers - Sostenibilidad Benidorm	Global España	M&M
Italia	Viaje de influencers - Camino de Santiago	Itinerarios	Roadies

#### REUNIONES Y PRESENTACIONES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Presentación - Festival de cine Cinemaspaña	Arte y cultura	CULTO

#### DOSSIERES DE PRENSA Y OTRO MATERIAL

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	ANSA pressroom	Global España	Global segmentos
Italia	Notas de prensa y otras acciones de comunicacion	Global España	Global segmentos
Italia	Articulos publicados con apoyo de la OET	Global España	Global segmentos
Italia	Askaneews pressroom	Global España	Global segmentos

#### PATROCINIOS

#### PATROCINIO EVENTOS Y PREMIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Festival Cinemaspaña 2025	Global España	CULTO
Italia	Gay Pride Roma	T. urbano	LGTBI+

## CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS

#### MARKETING ON-LINE

#### CAMPAÑAS ON-LINE

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Campaña online - Paradores, Ciudades Patrimonio de la Humanidad y pueblos de España	Arte y cultura	Roadies
Italia	Campaña online - campus spain specialist	Global España	Global segmentos
Italia	Campaña online - Podcast Spagna fascinante Loquis	Global España	Global segmentos
Italia	Campaña on line - Spain Designed for Feeling	Global España	Global segmentos

**CAMPAÑAS EN MEDIOS PROPIOS**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Campaña en redes sociales - Conoce las Vías Verdes de España	Itinerarios	JOMO
Italia	Campaña en redes sociales - Red de Patrimonio Histórico	Arte y cultura	Roadies
Italia	Campaña en redes sociales - Turismo Idiomático 1º Semestre 2025	Español	Otros
Italia	Campaña en redes sociales - Turismo Idiomático 2º	Español	Otros
Italia	Campaña en redes sociales - Spain Designed for Feeling	Global España	Global segmentos
Italia	Newsletter B2B	Global España	Global segmentos
Italia	Newsletter B2C	Global España	Global segmentos
Italia	Gestion portal Tourspain.es	Global España	Global segmentos

**APOYO A LAS VENTAS**

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

**JORNADAS DIRECTAS**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Jornadas directas - España destino MICE	Seminarios y Congresos	Otros

**JORNADAS INVERSAS**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Jornadas inversas - Extremadura Birdwatching Fair (FIO)	T. ornitológico	JOMO
Italia	Jornadas inversas - Foro Experiencias Singulares Premium	T. compras	SUMA
Italia	Jornadas inversas - Foro de Turismo Sostenible	Naturaleza	JOMO
Italia	Jornadas inversas - Andalucía BikeXperience	Cicloturismo	JOMO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Jornadas inversas - Turismo Cultural & INTUR	Naturaleza	JOMO
Italia	Jornadas inversas - Foro Alianzas Estratégicas. Andalucía The Key 2025	Grandes eventos en España	Global segmentos
Italia	Jornadas Inversas - Andalucía Congreso Lengua y Cultura 2024	Español	Otros

#### VIAJE DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Viaje de agentes - agencias de turismo activo-aventura de grupo Castilla y León	T. rural	JOMO
Italia	Viaje de agentes - Experiencias unicas, compras y lujo autentico Toledo	Arte y cultura	SUMA
Italia	Viaje de agentes- agencias de turismo activo-aventura de grupo Aragon	T. activo	JOMO
Italia	Viaje de agentes- MICE en Gran Canaria	Incentivos	M&M
Italia	Viaje de agentes- agencias de turismo activo-aventura de grupo Castilla la Mancha	T. activo	JOMO
Italia	Viaje de agentes - Turismo deportivo Región de Murcia	Otros deportes	Otros
Italia	Viaje de operadores al Parque Natural del Montseny	Itinerarios	JOMO
Italia	Viajes de agentes - Granada	Arte y cultura	SUMA
Italia	Viaje de agentes - España Verde	Naturaleza	Roadies
Italia	Viaje de agentes - Cádiz (Sail GP 2025) y Marco de Jerez	T. náutico	Roadies
Italia	Viaje de agentes - FITUR	Global España	Global segmentos
Italia	Viaje de agentes - Galicia para agencias Top Boscolo	Arte y cultura	Roadies

#### PRESENTACIONES A AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Presentaciones - Turismo Religioso Jubileo Roma 2025 CMI	T. religioso	Roadies
Italia	Presentación - Festival de cine español (CinemaSpagna)	T. cinematográfico	CULTO

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Presentacion - Excelencias gastronomicas		SUMA
Italia	Presentación - Costa Blanca	Itinerarios	M&M
Italia	Presentación - Taller gastronómico de la Región de Murcia	Gastronomía	Roadies
Italia	Presentación - Comunitat Valenciana como destino turístico enfoque multiproducto	Sol y Playa Plus	Global segmentos
Italia	Presentación agentes - Destino Cádiz	Arte y cultura	M&M
Italia	Presentación - Destinos y oferta española en Nápoles	Global España	Global segmentos
Italia	Presentacion - Scoprire la Spagna Autentica: Un Viaggio attraverso il fascino rurale	T. rural	Roadies
Italia	Presentacion - Centenario de Martin Chirino	Arte y cultura	CULTO

#### FORMACIÓN DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Webinario España Verde	Arte y cultura	Roadies

#### PARTICIPACIÓN EN ACCIONES ORGANIZADAS POR OPERADORES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Participación en eventos MICE -Ediman	Seminarios y Congresos	Otros
Italia	BTM Bari	Global España	Global segmentos
Italia	Travel Open Day	Global España	Global segmentos
Italia	Travelexpo	Global España	Global segmentos
Italia	BTO Firenze	Global España	Global segmentos

#### APOYO CELEBRACIÓN EVENTOS EN ESPAÑA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Viaje de agentes- MICE Madrid Agency Forum	Seminarios y Congresos	Otros
Italia	Jornadas inversas - AR-PA Turismo Cultural & INTUR / Famtrip Cultural, Gastronomy and City Breaks	Arte y cultura	Roadies
Italia	IV SEMANA DEL ESPAÑOL	Español	Otros

## CONOCIMIENTO

### CONOCIMIENTO

#### SESIONES INFORMATIVAS PARA EL SECTOR ESPAÑOL

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Presentacion al sector español - Italia	Global España	Global segmentos

## RESTO

### PARTICIPACIÓN DE ENTIDADES

#### CUOTAS SOCIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Cuota ADUTEI	Global España	Sin segmento

**MILÁN**

**POSICIONAMIENTO O REPOSICIONAMIENTO**

**EVENTOS AL PÚBLICO FINAL**

**CAMPAÑAS LOCALES**

<b>Mercado</b>	<b>Actividad</b>	<b>Producto principal</b>	<b>Segmento</b>
Italia	Feria del Cicloturismo	Cicloturismo	JOMO
Italia	Racquet Trend Milán	Otros deportes	Otros
Italia	Salone del Mobile	T. urbano	Roadies
Italia	Semana de la Moda - Exposición Balenciaga	Arte y cultura	SUMA
Italia	Expo DIGITAL 40 aniversario TURESPAÑA	Global España	Global segmentos

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

**VIAJE DE PRENSA**

<b>Mercado</b>	<b>Actividad</b>	<b>Producto principal</b>	<b>Segmento</b>
Italia	Viaje de prensa - Canarias	Sol y Playa Plus	M&M
Italia	Viaje de prensa - Cultura y lifestyle en la Comunidad de Madrid	Arte y cultura	SUMA
Italia	Viaje de prensa - Descubriendo la Comunidad de Madrid	Arte y cultura	SUMA
Italia	Viaje de prensa - El arte contemporáneo en Extremadura	Arte y cultura	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Zaragoza Capital Mundial de la Garnacha, Rutas del Vino de Aragón y Gastronomía única de Teruel	Enoturismo	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Comunitat Valenciana destino CULTURAL	Arte y cultura	CULTO
Italia	Viaje de prensa - Formentera	T. activo	M&M
Italia	Viaje de prensa - Tenerife Bike Festival	T. activo	JOMO
Italia	Viaje de prensa - Spain Designed for Feeling	Global España	SUMA

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Viaje de prensa - Cádiz Sail GP 2025	T. náutico	Otros
Italia	Viaje de Prensa - Santander. Cultura y Gastronomía	Arte y cultura	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Cultura y Enoturismo. Rutas del Vino Castilla y León	Enoturismo	Roadies
Italia	Viaje de prensa - Madrid, destino de vanguardia cultural y artística	Arte y cultura	CULTO
Italia	Viaje de prensa - Melilla, Europa en África	Arte y cultura	Otros
Italia	Viaje de prensa - Descubriendo Málaga y Granada	Arte y cultura	CULTO
Italia	Viaje de prensa - Descubriendo Galicia	T. náutico	JOMO
Italia, Croacia	Viaje de prensa - Madrid Fusión 2025	Gastronomía	SUMA
Italia	Viaje de prensa - Pedaleando desde Valencia a Bolonia por la sostenibilidad	Cicloturismo	JOMO
Italia	Viaje de prensa - Descubriendo Castilla-La Mancha	Gastronomía	Roadies

#### VIAJE DE BLOGUEROS/INFLUENCERS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Viaje de influencers - Benidorm accesible	Sol y Playa Plus	M&M
Italia	Viaje de influencers - Castilla La-Mancha	Arte y cultura	Roadies
Italia	Viaje de Blogueros- Extremadura	Arte y cultura	CULTO

#### DOSSIERES DE PRENSA Y OTRO MATERIAL

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia San Marino Serbia Croacia Bosnia- Herzegovina Albania Montenegro Macedonia N.	Notas de prensa y otras acciones de comunicación	Global España	Global segmentos
Italia San Marino	Artículos publicados con apoyo de la OET	Global España	Global segmentos

Serbia			
Croacia			
Bosnia- Herzegovina			
Albania			
Montenegro			
Macedonia N.			

## PATROCINIOS

### **PATROCINIO EVENTOS Y PREMIOS**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Festival de Flamenco en Milán	Global España	Global segmentos
Italia	Premio ADUTEI	Global España	Global segmentos

## PUBLICIDAD OFF-LINE

### **INSERCIONES**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Publicidad- Anuario GIST	Global España	Global segmentos
Italia	Publicidad- Anuario NEOS	Global España	Global segmentos

## **CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE TURISTAS**

## MARKETING ON-LINE

### **CAMPAÑAS ON-LINE**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Campaña de publicidad digital en los principales medios especializados en cine de Italia (revistas de cine).	T. cinematográfico	Global segmentos
Italia	Campaña con Lastminute.com	T. urbano	Roadies

Italia	Campaña online con Il Viaggio	T. urbano	SUMA
Italia	Promoción en rrrs de la oferta experiencia Spain Designed for Feeling	Global España	Global segmentos

#### CAMPAÑAS EN MEDIOS PROPIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Campaña en redes sociales - Ecoturismo en España	Naturaleza	JOMO
Italia	Campaña en redes sociales - Conoce las Vías Verdes de España	Itinerarios	JOMO
Italia	Campaña en redes sociales - Red de Patrimonio Histórico	Arte y cultura	Roadies
Italia	Campaña en redes sociales - Turismo Idiomático 1º Semestre 2025	Español	Otros
Italia	Campaña en redes sociales - Turismo Idiomático 2º Semestre 2025	Español	Otros
Italia	Campaña en redes sociales - Spain Designed for Feeling	Global España	SUMA
Italia Serbia Croacia Macedonia N.	Newsletter B2B	Global España	Global segmentos
Italia	Newsletter B2C	Global España	Global segmentos

### APOYO A LAS VENTAS

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

##### JORNADAS DIRECTAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Jornadas directas - Comunidad Valenciana	Gastronomía	SUMA
Italia	Jornadas directas - MICE Spain	Incentivos	Otros

##### JORNADAS INVERSAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Jornadas inversas - Andalucía Foro Experiencias Singulares Premium	T. compras	SUMA
Italia Serbia	Jornadas Inversas - Andalucía Congreso Lengua y Cultura 2024	Español	Otros
Italia	Viaje de agentes - Madrid Agency Forum	Seminarios y Congresos	Otros
Italia	Jornadas inversas - Turismo Cultural & INTUR	Arte y cultura	Roadies
Italia	Jornadas inversas - FEDELE IV Semana del español	Español	Otros
Italia	Taller b2b en reunión del Capítulo Ibérico de ICCA (Zaragoza)	Incentivos	Otros
Italia	Taller b2b en reunión del ICCA Global Association Forum (Granada)	Incentivos	Otros

#### VIAJE DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Viaje de agentes - Galicia	T. urbano	Roadies
Italia	Viaje de agentes - Valencia con Boscolo	Arte y cultura	CULTO
Italia	Viaje de agentes - Tenerife Bike Festival	T. activo	JOMO
Italia	Viaje de agentes - España Verde	Naturaleza	JOMO
Italia	Viaje de Agentes - Sevilla destino MICE	Seminarios y Congresos	Otros
Italia	Viaje de agentes - Aragón Turismo activo	Cicloturismo	JOMO

#### PRESENTACIONES A AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Presentación - Spagna al femminile NAVARRA	Gastronomía	Roadies
Italia	Presentación - Destino Asturias	Naturaleza	Roadies
Italia	Presentación - Destino Cádiz	Arte y cultura	Roadies
Italia	Presentación - Sevilla y Málaga	T. urbano	SUMA
Italia	Presentación - Spagna al femminile LA RIOJA	Gastronomía	Roadies

#### FORMACIÓN DE AGENTES

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Presentación - España Verde Live Streaming	Arte y cultura	Roadies
Italia	Webinar - Weroad	Global España	Global segmentos

### CONOCIMIENTO

#### CONOCIMIENTO

#### REALIZACIÓN DE ESTUDIOS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Estudio de mercado de Italia	Global España	Global segmentos
Italia	Informe de tendencias. Italia - Primavera 2025	Global España	Global segmentos
Italia	Informe de tendencias. Italia - Otoño 2025	Global España	Global segmentos

#### SESIONES INFORMATIVAS PARA EL SECTOR ESPAÑOL

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Webinar turismo familiar en la CV. Tour & Kids: otoño.	Sol y Playa Plus	FAM
Italia	Webinar Turismo Familiar en la CV. Tour & Kids: verano.	Sol y Playa Plus	FAM
Italia	Jornadas ON LINE Mercado Italia. Presentación al sector español plataforma digital de Turespaña	Global España	Global segmentos

### RESTO

#### CONFERENCIAS Y SEMINARIOS

#### PONENCIAS

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Panel sobre buenas prácticas en turismo - BIT	Global España	Global segmentos
Italia	Travel Innovation Summit Italy - Milan	Global España	Global segmentos

**GESTIÓN DE BASES DE DATOS**

**ADQUISICIÓN DE BASES DE DATOS**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	IPSOS Future4Tourism		Sin segmento
Italia	Mediadress	Global España	Sin segmento
Italia	Estudio Phocuswright	Global España	Global segmentos

**DESARROLLO Y EXPLOTACIÓN DE BASES DE DATOS**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Contrato desarrollo y gestión base de datos	Global España	Sin segmento

**CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL TURÍSTICO**

**CREACION DE CONTENIDO**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Creación de contenidos en italiano	Global España	Global segmentos

**DISTRIBUCIÓN**

Mercado	Actividad	Producto principal	Segmento
Italia	Distribución de material	Global España	Sin segmento