

	%
3.1. PRODUCTES: Viles Marineres/Cultura/Mèdic/Premium/BAP /Enogastronomia/ActiuNatura/Esportiu	100,00%
Viles Marineres	9,01%
Routard, La D��peche	100,00%
Cultura	28,63%
Beaux Arts, Associacions d'Amics de Museus	13,31%
Le Monde, Le Figaro, Artips	36,31%
Urlaubspiraten	32,22%
LonelyPlanet, TripAdvisor, Culture trip, Matador Network, Atlas Obscura	18,16%
Mèdic	17,32%
Global Clinic Rating, Medigo, Private Healthcare UK, WhatClinic, DocPlanner	100,00%
Premium	5,20%
Destination of the World News, Travel consellers	100,00%
Enogastronomia	19,06%
Wine Enthusiast	63,64%
Saveurs	36,36%
Actiu Natura	10,39%
GEO	100,00%
Esportiu	10,39%
Ziklo, La Bicikleta	66,67%
Volata	33,33%
3.2. Familiar	
M��nims Requerits	62,91%
Acci�� de Branded Content	Edurne Pasaban, Unai Canela
operador tur��stic	��voris
Comités d'empresa	Proweb
Trade: e-commerce Experience Cat	DIRECTOURS, VOYAGEURS DU MONDE
	15,38%

	%
2. CAMPANYA GRAND TOUR	100%
2.1. GRAND TOUR SEGMENTADES	33,93%
CATALUNYA	14,42%
Campanya t��ctica promoció GTC - Catalunya	TimeOut, Sortir amb nens, TresC, Fent País, Fem turisme, Soc petit, Descobreix Catalunya
AAEE t��ctica premsa generalista mercat català	Diari ARA
ESPANYA	59,97%
Campanya t��ctica: Podcast	Radio Viajera
Campanya t��ctica: ��udio digital 360��	Audioemotion
Campanya t��ctica: AAEE OTA	Destinia
Campanya t��ctica: OTA - Espanya	Logitravel
Campanya t��ctica: Plataforma d'inspiració i planificació de viatges - Espanya	Passporter
Campanya t��ctica: continguts editorials	Lonely Planet
Campanya t��ctica: monogràfic online	Traveler
Campanya t��ctica: AAVV	campanya AAVV: Airticket, Beroni, CDV, Mogu, Experia taap, Rate HAWK, Roibos
MULTIMERCAT (DACH, UK, IT, BEL, ISRAEL)	16,80%
Campanya t��ctica: OTA Itàlia	OTA Itàlia
Campanya t��ctica: OTA Israel	OTA Israel
Campanya t��ctica: posicionament GTC amb Club Automobil��stic flamenc	VAB online magazine (Benelux)
Campanya t��ctica: plataforma digital Alemanya	Pincamp (DACH)
Campanya t��ctica: brand awareness UK	Pirates (UK)
PRODUCCIÓ	8,81%