

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 - PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME

Des del punt de vista de la gestió del Patronat Provincial de Turisme de València, durant el 2018 hem continuat amb l'estratègia de treballar per a situar el Patronat i el turisme de les comarques de València en l'escenari més bo possible per a l'any 2019.

La consolidació de l'àrea de Creació de Producte Turístic possibilita el desenvolupament de l'acció territorialitzada que inclou un acompanyament tècnic als municipis, mancomunitats i empreses per a ajudar-los a estructurar els seus productes i fer-los l'acompanyament necessari per a transformar els recursos turístics en productes turístics, dirigint els agents del territori cap a una visió d'estructuració de productes i de facilitació de consum de productes turístics finalistes, i facilitant-los posteriorment els canals de distribució i l'eixida al mercat.

Durant el 2018, també s'ha fet un gran nombre de reunions, *workshops* i accions de seguiment de les accions dels diferents ajuntaments valencians en matèria de turisme i orientades a ajudar els municipis a fer la transformació que va del recurs al producte turístic. Les estadístiques són útils per a empreses, institucions, investigadors i governs. Des del Patronat entenem que generem un bé públic i que cal posar les dades a l'abast de tot el món.

València és la ciutat més important de la Comunitat Valenciana i porta d'entrada del turisme internacional, per tant la Fundació Turisme València és un aliat estratègic del Patronat. València es projecta cap a les comarques i les comarques cap a la ciutat.

Si fem l'anàlisi dels **mercats** actuals i potencials hem de partir de la base que el principal mercat emissor de turistes és la mateixa província. El 80% dels viatges en la província són dels mateixos valencians segons dades d'IET. Cosa que vol dir que el mercat valencià és el mercat principal i que tota acció interna està plenament justificada.

La resta d'emissors de l'Estat espanyol són Madrid i les comunitats autònomes que envolten la Comunitat Valenciana, a més del País Basc. Quant a mercats internacionals tenim el mercat italià, l'anglès, el francès i l'alemany com a mercats més importants, així com també altres mercats internacionals com els Països Baixos i el mercat rus, a més d'altres que sorgeixen en funció de la conjuntura internacional. La política de fires del Patronat va orientada als tres segments de la demanda següents: fires locals, fires nacionals i fires internacionals. Tenint en compte la coordinació amb Turisme Comunitat Valenciana i Turespaña.

La nostra destinació és multiproducte, ja que la costa i l'interior creen sinergies i aporten atractiu mútuament. L'articulació territorial que entenem nosaltres com més productiva és l'articulació ciutat-comarques. El territori es beneficia de l'atractiu fort de València i la ciutat es beneficia dels productes que hi ha al territori a menys d'una hora del centre històric. Ho entenem així en observar el moviment dels turistes tant en l'àmbit local com en l'àmbit internacional. El nostre model entén també que s'han de superar les fronteres municipals quan parlem de turisme i cal agrupar els municipis per

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

a visualitzar-los més bé. Quant al desenvolupament de productes l'aposta ha seguit encaminada al turisme actiu (medi natural), el turisme gastronòmic (Del tros al plat) i el turisme cultural.

L'aposta turística de València Turisme és un model valencià, participatiu, inclusiu, rendible, sostenible i ètic. Ens trobem davant d'un moment de canvi constant en la societat i, per tant, en el sector turístic: els turistes, les empreses i les destinacions interactuen amb el mercat hiperconnectat i col·laboren generant sinergies amb objectius comuns.

El territori és l'espai geogràfic on es desenvolupa l'activitat turística i té molts components. Els recursos turístics són els elements que són potencials de ser visitats, però només quan es valoren en el mercat es converteixen en productes. Totes les destinacions turístiques es basen en el territori, però no totes mostren eixa relació amb la imatge turística i ací és on entra el Patronat Provincial de Turisme i la marca turística València Turisme.

1. INSPIRACIÓ I CLAIM PROMOCIONAL EN EL 2018

Why V?

La campanya «Why *V?» de València Turisme per al 2018 va presentar la província de València en Fitur com una destinació «perfecta».

Per què *V? en referència a l'eslògan de València Turisme, amb el qual va concórrer a la Fira Internacional de Turisme (Fitur) de Madrid i que arreplega l'oferta turística dels municipis de la província, per a presentar-la com una destinació turística «perfecta».

El títol o *claim* inspira els eixos principals d'acció centrats en l'autenticitat del mètode valencià que «fa singular» la província i «valora el territori».

En la imatge gràfica institucional triada pel Patronat de Turisme per a anar al certamen internacional. Entre la multitud de raons destaca el patrimoni natural, cultural i artístic, els mercats i les llotges, les hores de sol, és a dir, el bon oratge, la música, la pólvora, la singularitat de l'esport autòcton, la pilota, els segles d'horta tradicional, entre altres.

El títol o *claim* triat en el 2018 dona continuïtat a la nostra filosofia de gestió centrada en l'*easy living* valencià com a reclam turístic excel·lent.

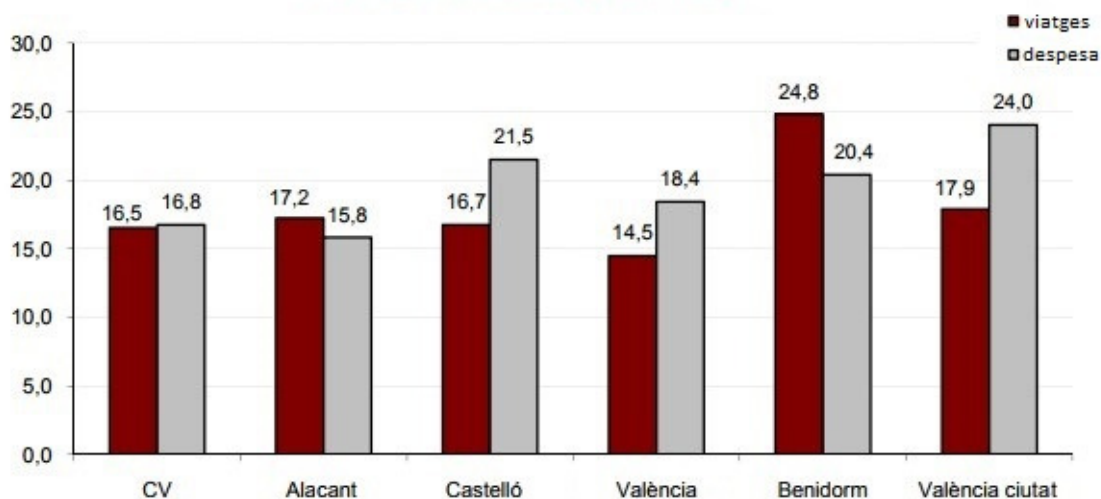
2. CONJUNTURA TURÍSTICA 2018

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

ACUMULAT DE GENER A AGOST²

Entre gener i setembre la **demanda estrangera augmenta** tant en nombre de turistes com en despesa total en les tres províncies, i la capital, València, creix per damunt de la mitjana provincial.

Evolució acumulat setembre



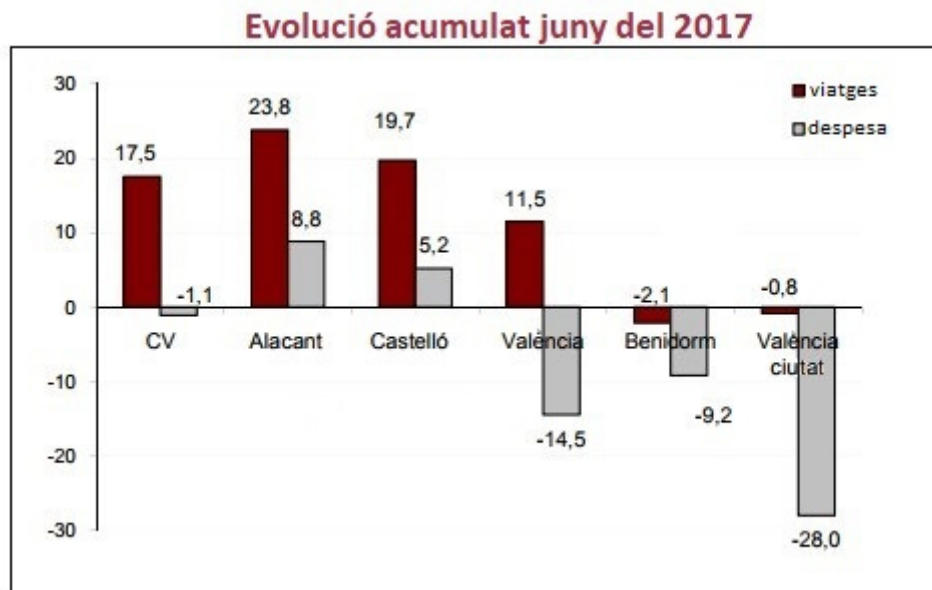
| Província de València | Acumulat setembre | % variació |
|------------------------|-------------------|------------|
| Viatges | 1.750.609 | 14,5 |
| Pernoctacions | 13.459.228 | -1,3 |
| Despesa (milions) | 1.584,6 | 18,4 |
| Estada mitjana | 7,7 | -13,8 |
| Despesa per viatge | 905,2 | 3,5 |
| Despesa mitjana diària | 117,7 | 20,0 |

| Ciutat de València | Acumulat setembre | % variació |
|------------------------|-------------------|------------|
| Viatges | 1.519.985 | 17,9 |
| Pernoctacions | 10.349.523 | 6,0 |
| Despesa (milions) | 1.389,6 | 24,0 |
| Estada mitjana | 6,8 | -10,1 |
| Despesa per viatge | 914,2 | 5,2 |
| Despesa mitjana diària | 134,3 | 17,0 |

² Font: elaborat per l'Àrea de Coneixement i Intel·ligència Turística (Agència Valenciana del Turisme) a partir de Frontur-Egatur de l'INE.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Entre gener i setembre la **demanda de residents a Espanya** dona les dades següents: el nombre de viatges creix a les tres províncies. la despesa total creix menys a Alacant i Castelló i decreix a València, província que acumula un descens conseqüència del fort increment experimentat en el primer trimestre del 2016.



Els viatges de cap de setmana van créixer a les tres províncies, especialment a Castelló (61,4%). L'emissor valencià es va incrementar a les tres províncies, especialment a Alacant (61,6%), on van créixer un 63,7% els viatges per a visitar a familiars o amics fins a juny.

El nombre de pernoctacions en segona residència es va incrementar també a les tres províncies, especialment a la de València, el 67,5%.

I el nombre de pernoctacions en habitatge de familiars i amics va decreixer a la província de València i va augmentar a Castelló i especialment a Alacant.

DADES PROVINCIALS³

> Turistes estrangers

- Primer trimestre del 2017

En el primer trimestre del 2017, el nombre de turistes a la província de València va augmentar un 16,8% i la despesa total, un 15,9%. La despesa per viatge va baixar

³ Font: Àrea de Coneixement i Intel·ligència Turística (Agència Valenciana del Turisme) a partir de Frontur-Egatur de l'INE.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

lleugerament (-0,8%) i l'estada mitjana va disminuir significativament (-21,6%), fet que s'ha traduït en un increment de la despesa mitjana diària del 26,6%.

Un 15,8% dels viatges del trimestre va correspondre al segment de viatges professionals i de negoci, que va créixer un 27,1% a la província. Egatur va estimar un descens del nombre de pernoctacions en allotjament de mercat, fet que es va traduir en un increment lleuger en el nombre de pernoctacions hoteleres (22,6%) d'acord amb la font EOH, mentre que la demanda estrangera va augmentar en apartaments i càmpings; el nombre de pernoctacions en segona residència o de familiars i amics va créixer un 17,3%.

Pel que fa a la capital, a València, va incrementar un 17,8% i la despesa total un 19,4%. La despesa per viatge va ser un 1,4% superior mentre que l'estada mitjana va baixar un 18%, la qual cosa va repercutir en un increment de la despesa mitjana diària del 23,7%. Cal destacar que un 16,3% dels turistes van viatjar per motius professionals i de negoci, i va fer una despesa mitjana diària de 177,5 euros.

- Segon trimestre del 2017

En el segon trimestre del 2017, el nombre de turistes a la província de València va augmentar un 14,1% i la despesa total, un 16,1%. La despesa per viatge va pujar (1,7%) i l'estada mitjana va baixar (-13,7%), fet que es va traduir en un increment de la despesa mitjana diària del 17,9%.

Un 12% dels viatges del trimestre va correspondre al segment de viatges professionals i de negoci, que va créixer un 26,4% a la província. Egatur va estimar un increment del nombre de pernoctacions en allotjament de mercat, mentre que va decreixer en la modalitat de no mercat. Les enquestes a l'oferta (enquestes d'ocupació en allotjaments turístics) mostren un increment de les pernoctacions en hotels, càmpings i especialment en apartaments.

Les dades que corresponen a la ciutat de València indiquen que el nombre de turistes al cap i casal va incrementar un 14,2% i la despesa total, un 21,3%. La despesa per viatge va ser un 6,2% superior mentre que l'estada mitjana va baixar un 6,2%, la qual cosa ha repercutit en un increment de la despesa mitjana diària del 13,2%. I un 12,8% dels turistes va viatjar per motius professionals i de negoci.

- Tercer trimestre del 2017

En el tercer trimestre del 2017, la demanda estrangera va créixer de manera generalitzada a les tres províncies, tant en nombre de turistes com en despesa. En temporada alta, va decreixer l'estada mitjana i es va incrementar la despesa mitjana diària.

La província de València va registrar l'estada mitjana més baixa i en conseqüència la despesa mitjana diària va ser més alta.

El nombre de turistes a la província de València va incrementar un 13,7% en temporada alta i la despesa total un 21,2%, la despesa per viatge, estimada en 961,5

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

euros va incrementar (6,6%) tot i el descens de l'estada mitjana (-10,5%) i la despesa mitjana diària, estimada en 111 euros, va incrementar un 19,1%.

En temporada alta, Egatur va estimar un increment de l'1,8% en el nombre de pernoctacions totals; es va registrar un increment del nombre de pernoctacions de mercat, mentre que va decreixer el nombre de pernoctacions de no mercat (segona residència, familiars i amics i altres). Les enquestes a l'oferta (enquestes d'ocupació en allotjaments turístics) van mostrar un increment generalitzat, especialment en el cas dels apartaments.

En el cas de la ciutat de València va incrementar un 20,9% en temporada alta i la despesa total, un 28,3%. El mercat francès es va mantindre, mentre que l'italià va augmentar destacadament. La despesa per viatge, estimada en 963,2 euros va pujar (6,1%) tot i el descens (-9,3%) de l'estada mitjana estimada en 7,7 dies. La despesa mitjana diària, estimada en 125 euros, va augmentar un 17%.

- Quart trimestre del 2017. En tancar la present memòria d'actuacions no es disposava de dades estadístiques del quart trimestre.

>Turistes nacionals⁴

- Primer trimestre del 2017

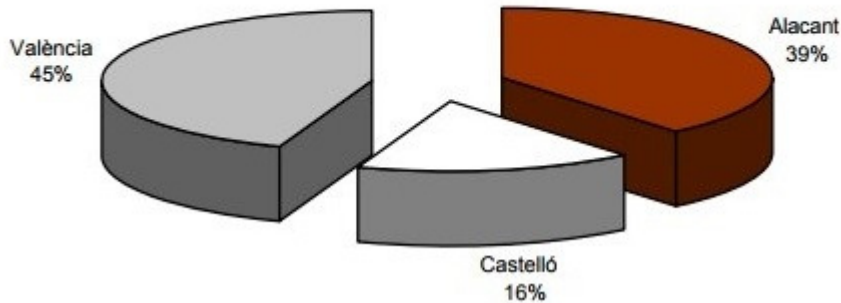
Els resultats del primer trimestre del 2017 es van veure afectats negativament per l'efecte del calendari de la Setmana Santa, no obstant això, el nombre de viatges va incrementar a les províncies d'Alacant i Castelló i encara que València va decreixer a causa del descens dels viatges per «altres motius personals» i «de negocis i altres motius professionals».

L'estada mitjana i la despesa va decreixer a les tres províncies, destacant especialment la despesa a la província de València (-45,8%), cas en el qual s'ha de tindre en compte que en el 2016 es va registrar un increment del 103,6%.

La província de València va concentrar el 45% dels viatges.

⁴ Font: Àrea de Coneixement i Intel·ligència Turística (Agència Valenciana del Turisme). Elaboració pròpia a partir dels fitxers de microdades facilitats per l'INE).

Distribució de viatges per províncies



Els viatges de cap de setmana van créixer destacadament a les tres províncies. L'emissor valencià va incrementar a les tres províncies, coincidint amb l'increment dels viatges de cap de setmana i per a visitar familiars i amistats.

- Segon trimestre del 2017

Els resultats del segon trimestre del 2017 es van veure influïts positivament per l'efecte del calendari de la Setmana Santa a les tres províncies.

En el període març-abril va augmentar el nombre de viatges i va decreixer l'estada mitjana, la qual cosa va repercutir en la despesa.

Les províncies de València i Alacant van concentrar un 41% dels viatges del trimestre cada una, i la província d'Alacant va concentrar el 47% de les pernoctacions.

Els viatges de cap de setmana creixen a les tres províncies, especialment a Castelló. Va destacar l'increment de viatges per motiu d'oci a la província de València (105,4%) i per a visitar familiars i amistats a la província d'Alacant (101,4%).

L'emissor valencià va créixer a les tres províncies, especialment a Alacant i València. El nombre de pernoctacions en segona residència va augmentar a les tres províncies, especialment a la de València, i el nombre de pernoctacions en habitatge de familiars i amistats va decreixer a la província de València i va augmentar a Castelló i, especialment, a Alacant.

- Tercer i quart trimestres del 2017. En tancar la present memòria d'actuacions no es disposava de dades estadístiques del tercer i quart trimestres.

3. ACCIONS DE L'ÀREA DE COOPERACIÓ AMB EL TERRITORI

3.1. Missió i estructura

El Patronat Provincial de Turisme de València és un organisme autònom de la Diputació de València que actua amb personalitat jurídica pròpia. Té les competències que la

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

legislació atorga a les diputacions provincials en matèria de turisme, a fi d'assegurar la prestació dels serveis municipals de turisme a la província de València.

Així mateix, i d'acord amb el que diu l'article 4 dels estatuts propis, li correspon «impulsar el desenvolupament turístic provincial, en totes les seues manifestacions [...] i coordinar amb altres administracions públiques la seua tasca».

Al llarg de l'any, i amb l'objectiu de fer complir el pla d'actuacions per a l'exercici del 2018, aprovat pel consell rector del 14 de desembre, l'àrea jurídica i pressupostària del Patronat Provincial de Turisme de València ha dut a terme els actes d'administració i disposició necessaris, tramitant la formalització de contractes, l'adquisició d'obligacions i l'administració dels fons.

Així doncs, l'acció administrativa del Patronat Provincial de Turisme de València s'ha concentrat en la gestió de les cinc convocatòries de concurrència competitiva, dels nous convenis i protocols, de la tramitació de procediments de licitacions públiques, de la gestió econòmica i pressupostària del pressupost de l'organisme autònom i, en general, de donar el suport administratiu requerit a la direcció d'àrea, a la presidència i al consell rector.

L'àrea jurídica i pressupostària del Patronat Provincial de Turisme de València s'estructura en dos negociats. D'una banda, el de gestió d'ajudes i convenis, encarregat de tramitar les diferents convocatòries i ajudes a entitats locals i ens privats del sector turístic, i, de l'altra, el negociat de gestió econòmica i pressupostària, que és el responsable de tramitar les despeses i obligacions econòmiques del Patronat.

3.2. Licitacions públiques

Al llarg de l'exercici hi ha hagut diverses licitacions públiques amb l'objectiu de proveir els béns i servicis necessaris per a complir les finalitats del Patronat, procurar una millora en la transparència i la reducció de la càrrega burocràtica en la contractació pública. En tots els casos, l'òrgan de contractació, per raó de l'import del contracte, ha sigut la vicepresidència del Patronat, d'acord amb el règim de delegacions de competències vigent.

La relació d'expedients de licitació pública tramitats pel Patronat durant l'exercici 2018 és la següent:

- Expedient de licitació 1/2018, relatiu a la contractació del subministrament i la prestació de servicis per a la realització de la Fira de les Comarques, que es va dur a terme del 4 al 6 de maig del 2018 a la plaça de bous de València.
- Expedient de licitació 2/2018, relatiu a la contractació del servici de projeccions cinematogràfiques del programa «Cinema a les platges - València Turisme», que es va dur a terme entre l'1 de juliol i el 31 d'agost del 2018, a les platges de díhuit municipis i entitats locals menors de la província de València.
- Expedient de licitació 16/2018, relatiu a la contractació «Servici de creació, edició i producció d'un vídeo de promoció turística de les comarques de

València» per a la Fira Internacional de Turisme FITUR, que es farà a Madrid del 23 al 27 de gener del 2019.

3.3. Actuacions en coordinació amb altres administracions

El bloc d'iniciatives que integren l'apartat s'emmarca en les línies de col·laboració i coordinació entre les administracions provincial i autonòmica que desenvolupen les previsions del Decret 26/2016, de 4 de març, del Consell, pel qual es fixen les directrius de coordinació de les funcions pròpies de les diputacions provincials d'Alacant, Castelló i València en matèria de turisme, amb la finalitat de garantir la coherència de les actuacions de les diferents administracions públiques afectades per una mateixa matèria per a la consecució d'un resultat comú.

En eixe sentit, l'article tercer de la disposició esmentada assenyala que la coordinació l'ha de presidir els criteris de programació conjunta i articulada de les activitats per a evitar la dispersió d'esforços i potenciar, a l'interior i l'exterior, la realitat global de la Comunitat Valenciana i preveu expressament el desenvolupament d'actuacions compartides de planejament i desenvolupament i dinamització turística del nostre territori.

En eixe marc de cooperació entre l'Agència Valenciana de Turisme i el Patronat Provincial de Turisme de València s'ha de fer referència a dos iniciatives: els plans de competitivitat turística comarcals i els convenis municipals per al desenvolupament d'actuacions conjuntes per a la dinamització turística.

3.4. Plans de competitivitat turística comarcals

Els plans de competitivitat turística de la Comunitat Valenciana són una iniciativa de la Generalitat, amb els quals es dissenya una estratègia conjunta amb altres administracions públiques valencianes amb l'objectiu d'innovar, modernitzar, fomentar i consolidar productes turístics valencians des de la perspectiva de l'oferta, atenent fonamentalment criteris de millora de la competitivitat, sostenibilitat i reequilibri territorial.

En eixe sentit, i a fi de desenvolupar els plans de competitivitat turística de les mancomunitats de la Vall d'Albaida, l'Alt Túria, la Safor, l'Ajuntament de Sagunt, el Consorci de la Ribera i Carraixet, durant l'exercici s'han subscrit de manera conjunta entre l'Agència Valenciana de Turisme, el Patronat Provincial de Turisme de València i les mancomunitats respectives, sis convenis i tres convenis marc amb els quals es canalitza el finançament i es creen els òrgans de seguiment i execució de les iniciatives previstes.

3.5. Línies d'ajudes en règim de concurrència pública

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

En l'exercici 2018 s'han executat cinc línies d'ajudes i subvencions en matèria de promoció turística dirigides a entitats que integren l'Administració local i a associacions i fundacions sense ànim de lucre.

Les convocatòries d'ajudes i subvencions que ha fet el Patronat Provincial han sigut les següents:

- Ajudes per a promoure i impulsar fires, certàmens, festes tradicionals i populars de caràcter turístic i crear productes turístics, destinades a ajuntaments i ens locals menors de la província de València.
 - Aprovació de bases i convocatòria mitjançant el Decret 67/2018, de 14 de maig, BOP núm. 96, de 21 de maig.
 - Adjudicació mitjançant el Decret 108/2017, de 20 de setembre, BOP núm. 187, de 26 de setembre.
 - Nombre de sol·licituds presentades: 159
 - Nombre d'ajudes concedides: 103
 - Import adjudicat: 517.774,85 euros

- Subvencions per a fer o millorar infraestructures de senyalització turística d'itineraris urbans i de senderisme en ajuntaments de la província de València.
 - Aprovació de bases i convocatòria mitjançant el Decret 88/2018, de 26 de juny, BOP núm. 136, de 16 de juliol.
 - Nombre de sol·licituds presentades: 80
 - Nombre d'ajudes concedides: 45
 - Import adjudicat: 219.865,21 euros

- Subvencions per a dur a terme accions de promoció turística dirigides a associacions, fundacions i altres entitats sense ànim de lucre.
 - Aprovació de bases i convocatòria mitjançant el Decret 71/2018, de 17 de maig, BOP núm. 105, d'1 de juny.
 - Adjudicació mitjançant el Decret 110/2018, de 21 de setembre, BOP núm. 187, de 26 de setembre.
 - Nombre de sol·licituds presentades: 48
 - Nombre d'ajudes concedides: 32
 - Import adjudicat: 193.573,04 euros

- Ajudes econòmiques als municipis costaners de la província de València per a la dinamització turística i la desestacionalització de les platges.
 - Aprovació de bases i convocatòria mitjançant el Decret 89/2018, de 2 de juliol.
 - Nombre de sol·licituds presentades: 12
 - Nombre d'ajudes concedides: 12

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

- Import adjudicat: 92.135,71 euros
- Ajudes econòmiques al transport d'autobús en activitats turístiques a la província de València, amb destinació a confederacions, federacions i associacions de pares i mares d'alumnes de centres docents no universitaris de la província de València i a associacions, fundacions i altres entitats sense ànim de lucre de la província de València.
- Aprovació de bases i convocatòria mitjançant el Decret 82/2018, de 19 de juny.
 - Nombre de sol·licituds presentades: 14
 - Nombre d'ajudes concedides: 10
- Import adjudicat: 3.900 euros

3.6. Col·laboracions singulars

Els convenis de col·laboració i els protocols generals d'actuació subscrits entre el Patronat Provincial de Turisme i altres administracions públiques o amb subjectes de dret privat són, en el cas primer, acords amb efectes jurídics plens, adoptats per a una finalitat comuna, i en cas del segon –els protocols–, declaracions d'intencions de contingut general que expressen la voluntat conjunta d'actuar amb un objectiu comú, sense que suposen la formalització de compromisos jurídics concrets i exigibles.

En tots dos casos són la plasmació del principi de cooperació, a fi de coadjuvar al servei de l'interés general, i esdevenen instruments habituals per a exercir les competències de foment i promoció turística del Patronat Provincial de Turisme de València.

En l'àrea jurídica i pressupostària, durant el 2018, s'ha donat suport a la tramitació del conveni de col·laboració següent: conveni de col·laboració amb la Universitat Politècnica de València per a crear la càtedra «València Turisme», per import de 30.000 euros.

3.7. Altres actuacions

S'ha de remarcar també que des de l'àrea jurídica i pressupostària es dona suport administratiu global als diferents òrgans del Patronat i, de manera singular, durant el present exercici, destaquen per la rellevància les actuacions que hi ha tot seguit.

- Suport al consell rector

Al llarg del 2018 s'han fet tres sessions ordinàries del consell rector del Patronat Provincial de Turisme, el 3 d'abril, el 3 de juliol i la prevista per al 12 de desembre.

- Encàrrec de gestió a Divalterra

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Amb data 22 de maig del 2018, el ple de la corporació provincial va aprovar renovar l'encàrrec de gestió a Divalterra, SA, de les tasques de gestió i realització dels treballs necessaris per a impulsar el desenvolupament turístic provincial en totes les seues manifestacions.

L'extracte de l'acord sobre l'encàrrec de gestió esmentat es va publicar en el Butlletí Oficial de la Província núm. 108, del 6 de juny del 2018.

L'encàrrec de gestió té vigència per al 2018 i efectes des de l'1 de gener, i està subjecte a les condicions i obligacions de l'article 32 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, i l'article 11 de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic, amb caràcter prorrogable.

3.8. Gestió econòmica i pressupostària

Finalment, però no menys important, s'ha de fer referència a les funcions de gestió econòmica i pressupostària del Patronat Provincial de Turisme, i, en eixe sentit, el suport a l'elaboració de la proposta de pressupost, de rendició de comptes a l'oficina pressupostària, d'elaboració i tramitació d'informes de situació i la tramitació de les propostes de modificacions pressupostàries.

Durant l'exercici del 2018 s'han tramitat set expedients de modificació pressupostària (tres expedients de transferència de crèdit, un d'incorporació de romanents, un suplement de crèdit, una generació de crèdit i un crèdit extraordinari).

Quant a la gestió de la despesa s'han d'assenyalar les tasques ordinàries de gestió d'altres i el manteniment de tercers, de registre i tramitació de factures i documents comptables, i també les propostes de decrets d'aprovació de la despesa i d'ordenació del pagament.

També s'ha de fer referència a la tasca de supervisió de dietes i despeses de desplaçament generats pel personal del Patronat que va a fires de turisme i/o accions de promoció turística, com també la supervisió dels avançaments de caixa fixa.

Per a concloure, hem d'esmentar les tasques de dació de comptes a Intervenció, Tresoreria i Oficina Pressupostària del Patronat Provincial de Turisme de València.

4. ACCIONS DE L'ÀREA DE PROMOCIÓ

4.1. Promoció internacional

Turisme Comunitat Valenciana en l'informe anual assenyala que l'evolució del turisme a la Comunitat Valenciana ha sigut positiu per al 2017 per damunt de la mitjana d'Espanya, i destaca l'augment de la demanda estrangera. D'altra banda, s'observa una reducció de l'estada mitjana (-6,5% nacional, -6,1% internacional), motivada possiblement per l'increment de connexions aèries amb línies aèries de cost baix que operen i que faciliten

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

estades més curtes i, per tant, una fluïdesa de vols a diferents destinacions, ja que les entrades per aeroport van créixer un 8,6% a la Comunitat Valenciana.

A través de les dades extretes de Turisme Comunitat Valenciana, les quals, al seu torn, s'extrauen de l'INE - Frantur-Egatur, s'observa que, tal com apareix en el balanç turístic de la Comunitat Valenciana 2017, la disposició de procedències a la província de València coincideix amb les de la Comunitat Valenciana, però no en el mateix orde de procedència.

Així es dona una visió més àmplia per a redirigir les promocions turístiques de les zones en els diferents mercats per al 2018.

Província de València:
Font: Tourist Info 2017

| Mercats | Rànquing |
|------------|----------|
| Regne Unit | 1 |
| França | 2 |
| Alemanya | 3 |
| Holanda | 4 |
| Itàlia | 5 |
| Rússia | 6 |
| Bèlgica | 7 |
| Suïssa | 8 |
| EUA | 9 |

| Comunitat Valenciana 2017 | |
|---------------------------|------------------|
| | Turistes |
| TOTAL | 8.517.973 |
| Regne Unit | 2.772.506 |
| França | 1.433.011 |
| Alemanya | 486.449 |
| Països nòrdics | 762.237 |
| Itàlia | 411.334 |
| Holanda | 568.305 |
| Bèlgica | 441.177 |

Font: Turisme Comunitat Valenciana a partir de l'INE, Frantur-Egatur

Catàlegs per a promoció internacional

1. Catàleg de professionals

Edició d'un catàleg d'empreses turístiques de la província de València per a inserir-lo en el web www.valenciaturisme.org, en dos idiomes: anglés i castellà.

2. Catàleg de destinacions

Traducció del catàleg de destinacions de les comarques de València a diversos idiomes: anglés, rus, francés i alemany.

3. Catàleg de productes turístics de les comarques

Edició del catàleg de productes turístics destinat a cada mercat internacional: francès, rus, alemany i anglès.

Accions promocionals en destinació

1. Viatge de familiarització (*fam trip*), localitzadors cine (del 20 al 22 de març): acció amb localitzadors de cine dels EUA

Es van visitar les localitzacions següents: Sagunt, Torres Torres, la serra Calderona, els Banys de l'Almirall a València, el monestir de Sant Jeroni de Cotalba (Alfauir), Xàtiva i el palau dels Comtes de Cervelló (Anna).

2. Viatge de premsa (*press trip*) - Dinamarca (16 de març)

El Patronat va col·laborar en un viatge de premsa del periodista danès Jorgen Laurvig; visità les localitats de Bocairent i Xàtiva.

3. Viatge de familiarització Tour Prestige - mercat rus (6 de març)

El 4 de març va tindre lloc el viatge de familiarització de l'operador turístic rus Tour Prestige a dos zones turístiques de les comarques valencianes: Oliva i Cullera. Tour Prestige és un club d'agències de viatge russes amb seu a Sant Petersburg.

La visita, que formava part del circuit per la Comunitat Valenciana organitzat per les diferents marques turístiques –Comunitat Valenciana, Castelló, Turisme València i València Turisme–, tenia com a finalitat obrir noves possibilitats de destinació vacacional per al mercat rus. Els agents participants van estar de l'1 al 7 de març a la Comunitat Valenciana.

4. Viatge de familiarització canal Amèrica Tevé (25-26 de setembre)

Sagunt i Gandia s'han fet un lloc en la sèrie de turisme que prepara el canal Amèrica Tevé sobre els encants d'Espanya, gràcies al viatge de familiarització organitzat per Turisme Valencia i l'OET de Miami amb la col·laboració del Patronat de Turisme de València.

Així, durant diversos dies, l'expedició americana integrada per la periodista Adriana Navarro i per la productora i CEO de la sèrie de turisme, Ana Cristina Regalado, amb la càmera de televisió, van completar la visita turística a València amb parades a Sagunt i Gandia, en les quals tècnics del Patronat de Turisme les van acompanyar. A Sagunt, van visitar els Alts Forns que rememoren el passat siderúrgic i van recórrer el centre històric de la ciutat, la jueria, els voltants del castell i el teatre romà.

La visita cultural per Gandia –palau ducal dels Borja i centre històric– es va completar amb una demostració culinària sobre la fideuà de Gandia a càrrec d'un restaurant de la ciutat. La visita va acabar al mercat amb un sopar degustació en el qual van poder assaborir la fideuà i altres plats autòctons.

5. Presentacions per a professionals - mercat rus (Moscou, juny)

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Durant el mes de juny, el Patronat va col·laborar en l'organització de diverses presentacions de producte MICE de la província de València a agències especialitzades en el segment a la ciutat de Moscou. Entre les presentacions cal destacar les de 5STAR i Maximice.

El 14 de juny es va fer una presentació a l'oficina comercial de l'ambaixada espanyola, una presentació de la destinació València i província, en què es van presentar allotjaments hotelers, activitats complementàries, excursions, etc. La presentació es va centrar també en els productes gastronòmics, esportius i festes populars. Es va fer junt amb l'operador turístic amigo-S, que presentà el seu producte de la destinació València combinat amb província, ja empaquetat i llest per a vendre a través de totes les agències turístiques russes. A l'acte van assistir quaranta de les agències turístiques més importants i fidels de l'operador. En finalitzar la presentació es va fer un sorteig de premis (productes gastronòmics valencians) i una estada de cinc nits en hotel de quatre estrelles a València. L'acte va finalitzar amb una degustació gastronòmica «Del tros al plat», al restaurant de l'oficina comercial, amb vins valencians, paella i tapes.

Fires internacionals

Gener

Mercat holandés - Utrecht, Holanda: Vakantiebeurs, del 9 al 14 de gener

El Patronat Provincial de Turisme va participar, com cada any, en la fira de professionals i públic Vakantiebeurs d'Utrecht.

Es tracta de la fira de turisme a la zona més important per al Patronat, ja que el mercat holandés és important per a la província de València. L'aeroport de València té connexió directa amb dos aeroports holandesos.

El mostrador del Patronat va oferir als visitants que van acudir a la fira informació sobre rutes, excursions a les comarques d'interior i oferta de sol i platja, ja que es tracta d'un dels mercats més importants i fidels a la destinació província de València.

Oliva va reprendre la participació en la fira després de diversos anys de no anar-hi.

Febrer

Mercat alemany - Hamburg, Alemanya: Reisen Hamburg, del 7 a l'11 de febrer

És la primera edició en la qual el Patronat participa en la Reisen Hamburg. La presència de «València Turisme» es justifica en els tres vols setmanals directes entre València i Hamburg. La promoció a la zona i, per tant, en tot el territori alemany completa la nostra presència en les fires d'ITB Berlín i F.re.e München.

La fira no només possibilita fer promoció en el mercat alemany, també als països veïns, com ara Dinamarca, ja que es troba a un parell d'hores de la frontera amb Hamburg.

Mercat del Benelux - Gant, Bèlgica: Fiets en Wandelbeurs, 10 i 11 de febrer

És la tercera edició en la qual participa el Patronat de turisme per a promocionar l'oferta cicloturística de les comarques de València en el mercat belga i holandés.

Pel fet que en la fira hi ha dos esdeveniments, un a Gant i l'altre a Utrecht, el patronat decideix acudir a la fira que es fa per al mercat belga amb la finalitat de complementar l'oferta cicloturística amb la gastronòmica i cultural, així com de costa i interior en el mercat belga.

En ser una fira especialitzada en un sector molt professional i concret com és el ciclisme, són diverses empreses valencianes les que en les tres edicions han participat atenent el mostrador i oferint la diversitat de productes cicloturístics així com l'oferta complementària i bàsica que se'n deriva.

Mercat alemany - Munic, Alemanya: F.re.e München, del 21 al 25 de febrer

El Patronat Provincial de Turisme València Turisme va assistir a la fira de turisme F.re.e. de Munic del 21 al 26 de febrer junt amb les marques Comunitat Valenciana i Costa Blanca sota el paraigua de Turespaña. La fira està dirigida principalment al gran públic, però hi participen de manera important visitants professionals i premsa turística. S'ha consolidat com la tercera més important en el mercat alemany.

El Patronat pren la decisió d'anar-hi, ja que a València hi ha vols directes amb l'aeroport de Munic.

F.re.e München està dedicada bàsicament al turisme d'interior, encara que en la darrera edició es divideix la fira en productes i destinació: turisme de salut, turisme actiu, esports aquàtics, cicloturisme, camper (autocaravana) i destinacions.

La nostra participació es va centrar en la promoció de les comarques i la capital, València, amb els catàlegs de destinacions i productes en alemany.

Mercat danés - Herning, Dinamarca: Fire For Alle, del 23 al 25 de febrer

El Patronat de Turisme participa per primera vegada en la fira. Tot i tindre una quota de mercat molt baixa, és un emissor madur, amb un elevat però no majoritari consum de paquet turístic.

Tenen tendència a organitzar cada vegada més els seus propis viatges a través d'Internet i a fer reserves amb més poc temps. Són viatgers experimentats, de poder adquisitiu alt, intensitat viatgera i fidelitat a la destinació. Viatgen en grups familiars i trien destinacions segures de sol i platja on establir una segona residència.

El clima fred nòrdic, els preus elevats i els valors de canvi de les seues divises davant de l'euro estimulen els viatges internacionals. A l'estiu i a l'hivern visiten destinacions de sol i platja; a la primavera i a la tardor fan turisme urbà i cultural i, a l'hivern, esportiu (golf i neu).

D'Espanya tenen una imatge positiva, associada al sol i platja, seguretat i proximitat (connectivitat), amb estil de vida i idioma atractius, però vinculats amb el turisme de masses. La gastronomia i les destinacions urbanes i culturals comencen a ser

conegudes. Està ben posicionada en els segments de turisme sènior, independent, esportiu (golf, senderisme i nàutic) i turisme familiar.

Març

Mercat alemany - Berlín, Alemanya: ITB Berlin, del 7 a l'11 de març

València Turisme participa un any més en la fira internacional de turisme ITB Berlin, del 7 a l'11 de març. Per al mercat alemany, Espanya és la primera destinació internacional i la Comunitat Valenciana la cinquena per preferència dins del territori espanyol. És per això que el Patronat de Turisme hi va un any més dins de l'espai singular que Turespaña destina a la Comunitat Valenciana.

L'estructura de la fira és sempre la mateixa. Dividida en dos parts: els tres primers dies estan destinats a professionals i els dos últims a públic en general.

En l'estand del Patronat, tant els professionals com el públic van trobar informació sobre l'oferta bàsica i complementària de la destinació de la província de València: hotels, càmpings, cases rurals, turisme actiu, mapes, sendes, turisme familiar. L'objectiu del Patronat de Turisme va ser donar a conèixer la gran diversitat d'oferta turística que hi ha a la destinació de la província de València a un dels mercats més fidels al nostre territori com és l'alemany.

Mercat francès - París, França: Salon Mondial du Turisme, del 15 al 18 de març

El Patronat de Turisme de València participa amb la marca «València Turisme» en el Saló Mundial de Turisme de París «Porte Versailles» per a promocionar nous productes turístics autòctons especialitzats en gastronomia, cultura i medi ambient.

La fira està centrada en el turisme responsable i accessible, les noves tendències i la innovació turística. Igual que en la resta de cites internacionals, el Patronat de Turisme de València hi va com a coexpositor de la Comunitat Valenciana, de la mà de l'Agència Valenciana del Turisme i sota la marca global Turespaña.

El mercat francès és el segon més important per al territori valencià, per darrere del Regne Unit i seguit d'Alemanya. Per això, el Patronat ha editat un catàleg de productes turístics en francès, un catàleg de destinacions també en francès i va distribuir material divulgatiu específic de les localitats que van mostrar interès en el mercat francès: Xàtiva, Manises, Sagunt, Gandia i Cullera, així com la Ruta del Vino.

Mercat rus - Moscou, Rússia: MITT Moscou, del 13 al 15 de març

València Turisme va participar del 12 al 14 de març a la MITT de Moscou per a promocionar nous productes turístics autòctons, amb un catàleg de productes ampliat editat en rus, especialitzats en gastronomia, cultura i medi ambient. En la fira moscovita també va tindre presència activa Gandia i diverses empreses valencianes especialitzades en el mercat rus, en l'espai expositiu de València Turisme habilitat en col·laboració amb l'Agència Valenciana de Turisme i sota el paraigua de Turespaña.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

La MITT és una oportunitat excel·lent per a atraure professionals i viatgers de Rússia i també dels països de la Comunitat d'Estats Independents, així com de la resta d'Europa de l'est.

Agost

Rutland, Regne Unit, de l'11 al 14 d'agost

València Turisme va participar en la fira Internacional Birdfair 2018 a Rutland, amb empresaris valencians del sector, per a donar suport a l'Associació de Guies Birding de la Comunitat Valenciana. Es tracta de la fira més important d'Europa i probablement del món en el sector de l'observació d'aus (*birdwatching*) amb una trajectòria de més de trenta anys.

La fira va tindre una durada de tres dies i participem conjuntament amb Turisme Comunitat Valenciana i Costa Blanca en l'estand de Turespaña i altres comunitats autònomes.

Una fira així no només parla d'aus, sinó que l'observació d'aus és un tipus de turisme que ajuda a la conservació, el desenvolupament i la sostenibilitat d'espais naturals.

El *birdwatching* a Anglaterra és un dels productes turístics més demandats. La Royal Society for the Protection of Birds té vora un milió cent mil socis, a diferència de la Societat Espanyola d'Ornitologia que en té uns huit mil.

Setembre

Mercat holandés - Utrecht, Holanda: 50+ Beurs, del 18 al 22 de setembre

Del 18 al 22 de setembre, València Turisme va participar en una nova edició de la Fira 50 Plus Beurs, a Utrecht. El nostre espai expositiu va acollir l'oferta de diverses empreses turístiques de les comarques, com l'Hotel l'Estació gestionat per empresaris holandesos, a més del catàleg de productes i experiències turístiques de les comarques de València, editat en holandés i altres publicacions, com el catàleg de turisme ornitològic a València i guies de les comarques, a més de guies i plànols de la ciutat de València.

El director del patronat va visitar la fira durant el primer dia i va mantindre diferents reunions de treball amb els responsables de l'Oficina de Turespaña a la Haia i professionals del sector.

Els visitants de l'estand de València Turisme van sol·licitar principalment informació específica per a passar l'hivern a València, allotjaments, activitats en la naturalesa (senderisme, cicloturisme), agenda cultural, transport públic i oferta gastronòmica.

El públic es va interessar per la ciutat de València i per rutes temàtiques per les comarques. El dimecres 19 i el dijous 20 van ser els dies en què més assistència hi hagué.

Mercat francès - París, França: TOP RESA PARIS, del 25 al 28 de setembre

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Del 25 al 28 de setembre, València Turisme va participar en el certamen IFTM-TOP RESA de París. L'Ajuntament de Gandia, amb una delegació d'empresaris i l'empresa Viu l'Horta hi van participar com a coexpositors de l'espai expositiu de València Turisme, dins de l'estand de Turespaña.

S'hi va presentar l'oferta turística de les comarques de València adaptada al turista francès, les motivacions principals del qual són el turisme cultural, el de naturalesa, la gastronomia i el clima, a més del de sol i platja.

És la primera ocasió en la qual el Patronat participa en el certamen, destinat únicament a professionals del sector.

El mercat francès és un dels més destacats per a València i les comarques. L'edició passada de la IFTM-TOP RESA va reunir més de tres-cents mil professionals amb més de cinc-cents expositors. A més, conjuntament es fa el certamen MAP Pro, el primer taller internacional per a professionals del turisme de grups.

Novembre

Mercat britànic - Londres, Regne Unit: WTM London, del 5 al 7 de novembre

La World Travel Market és una de les fires internacionals líders en la indústria turística, l'escenari de la qual fa possible el contacte entre els agents professionals del sector. Tingué lloc entre els dies 5 i 7 de novembre a Londres.

València Turisme hi participa en l'estand de la Comunitat Valenciana junt amb la resta de marques turístiques valencianes: Benidorm, Castelló, Turisme València, Alacant i Costa Blanca, així com amb una delegació de més de trenta empreses turístiques valencianes. Durant la fira, el director del Patronat manté reunions de treball amb professionals del sector a fi de promocionar els productes i destinacions de les comarques de València.

Des del Patronat hem editat dos catàlegs en els quals es recopilen els productes més adequats per al mercat anglés dividits en tres categories: setze productes de gastronomia, tretze culturals i vint-i-set actius, que sumen un total de cinquanta-sis productes. En segon lloc, els diferents municipis capaços d'atraure'l, distingint-ne les dades més rellevants com són les xarxes socials, llocs d'interés, gastronomia, festes i associacions empresarials del sector.

Hem reforçat la imatge de diversos operadors turístics i xicotetes empreses valencians relacionats amb el turisme gastronòmic així com d'altres empreses del sector del transport marítim.

Amb el mateix propòsit hem compartit l'estand amb la destinació Gandia, donant suport a la seua proposta de diversificació de l'oferta, enfocada a turisme cultural i a l'allotjament hotelier d'alta qualitat.

D'altra banda, des de l'estand hem atés els professionals interessats en la província de València als quals hem proporcionat informació turística i material de

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

divulgació (mapa de carreteres, cases rurals, càmpings, observació d'aus...) i els hem posat en contacte amb les empreses valencianes a través del catàleg.

En relació amb el darrer punt, hem registrat el perfil del públic demandant d'informació. La nacionalitat és diversa, la majoria anglesa, en segon lloc espanyola i en menor proporció alemanya. Quant a l'àmbit professional trobem des d'agències de màrqueting que ofereixen els seus servicis, fins a operadors turístics, premsa, particulars que tenen previstos viatges d'oci a València, agències de viatge i empreses de diferents servicis turístics.

L'assistència a la fira dona visibilitat als municipis de la província de València, amb el suport institucional a les empreses assistents així com les que han decidit col·laborar amb el catàleg de producte per a l'edició del 2018.

Finalment, s'han creat i s'han establert nous contactes a través de les reunions mantingudes durant tota la fira en l'espai habilitat en l'estand amb agents del sector importants.

Desembre

Mercat britànic – Londres: FOCUS, 5 i 6 desembre

4.2. PROMOCIÓ NACIONAL

Des del Patronat Provincial de Turisme de València continuem pensant que les fires de turisme estatals són mercats vius d'operacions comercials, on trobem concentrada, i de primera mà, la millor font d'informació del sector, a més de ser el centre neuràlgic més important per a poder intercanviar opinions i tendències.

Per això considerem que són eines que sens dubte han contribuït a fomentar la promoció turística de les nostres comarques.

Durant l'exercici 2018 s'ha participat en un total de dotze fires professionals i generalistes, per ser considerades com les més adequades per a consolidar la nostra imatge de marca en els nostres mercats emissors tradicionals, i/o per a introduir-la per primera vegada en mercats altament potencials, i així aconseguir els objectius marcats.

4.2.1. FITUR - Fira Internacional de Turisme. Madrid, del 17 al 21 de gener

En la trenta-huitena edició vam estar de nou presents sota la marca paraigua «Comunitat Valenciana» i junt amb la resta de marques turístiques valencianes: Castelló Mediterrani, Costa Blanca, Turisme València i Benidorm, dins del pavelló número 7 d'Ifema. On van tindre presència destacada les nostres destinacions turístiques més consolidades (Gandia, Cullera, Oliva i Sagunt-Canet d'en Berenguer), junt amb una innombrable oferta de productes turístics de les comarques valencianes.

Fitur 2018 va ser del 17 al 21 de gener a Madrid, una edició sens dubte reeixida, atés el gran nombre de visitants i contactes professionals fets. *València Turisme va fer

una aposta decidida en la seua estratègia de promoció i comercialització, i hi ha la participació directa de les empreses del territori que treballen en la producció i comercialització de productes turístics dels municipis i comarques de València.

Espai de treball que va estar operatiu els cinc dies de fira, de dimecres a diumenge, atés per empresaris, clubs de producte i oferta agrupada, en el qual van destacar les línies de producte relacionades amb turisme cultural, gastronòmic i actiu.

També a l'estand del Patronat es van dur a terme les reunions i trobades empresarials d'altres empreses de les nostres comarques, en una zona de treball habilitada a eixa finalitat.

Dades generals

Nombre de visitants: 250.980. Més de 6.008 participants més respecte de l'edició anterior. Un total de 140.120 professionals i 110.860 visitants de públic general es van acostar a la fira a conèixer, pressupostar i contractar l'oferta turística.

Nombre d'expositors: 10.190. 297 més que en l'edició anterior.

Mercat madrileny a la província de València⁵

És una dada de gran rellevància i que s'ha de tindre en compte: la comunitat autònoma de Madrid és la primera emissora nacional de viatges turístics. I la Comunitat Valenciana és la segona destinació dels madrilenys en nombre de pernотacions (23 milions), per darrere de Castella i Lleó, la cinquena en nombre de viatges totals (3,4 milions) i la primera en viatges de llarga durada (2 milions).

A més, l'emissor madrileny concentra el 19,6% dels viatges amb destinació a la Comunitat Valenciana. La despesa dels madrilenys en els viatges a la Comunitat Valenciana es va estimar en mil milions d'euros.

Fins al setembre del 2017 els madrilenys van viatjar més per Espanya (augment del 7% en la xifra de viatges) i els viatges amb destinació a la Comunitat Valenciana van créixer un 19%.

La despesa en la Comunitat Valenciana va créixer un 4,4% en el 2016.

El nombre de pernотacions totals a la Comunitat Valenciana va decreixer un 6,7% en el 2016, i el descens de les pernотacions en allotjament privat va ser del 7,9%.

El nombre de pernотacions en allotjament col·lectiu de la Comunitat Valenciana va créixer un 6,3% en el 2016. Fins a novembre del 2017 van decreixer les pernотacions en hotels un 2,4% i van créixer en apartaments un 15%.

El turista madrileny que visita la Comunitat Valenciana pernотca en habitatge de familiars i amics (36,3%), segona residència (27,1%), habitatge de lloguer (16,7%) i establiments hotelers (16,6%), es desplaça per motius d'oci (79,6%), roman una mitjana de 6,8 dies i fa una despesa mitjana diària de 43,45 euros.

⁵ Dades extretes de l'informe de mercat emés per l'Observatori Turístic de la Comunitat Valenciana, la Conselleria de Turisme.

4.2.2. NAVARTUR REYNO DE NAVARRA - Pamplona, del 23 al 25 de febrer

Navartur Reyno de Navarra sempre es presenta com una bona oportunitat per a treballar el mercat potencial que hi ha, molt interessant tenint en compte l'alt poder adquisitiu. Va ser la quarta ocasió en què *València Turisme presentava l'oferta turística a Pamplona, en la tretzena edició, junt amb la destinació Gandia.

En només tretze edicions, Navartur s'ha posicionat com la fira de referència per al sector al nord d'Espanya, ha incrementat tant el nombre de visitants professionals com de públic general.

Els sectors representats en la fira van ser organismes oficials de promoció turística nacionals i internacionals, allotjaments, agències de viatge i operadors turístics, companyies de transport, càmping i caravàning, ecoturisme, turisme rural, esportiu i de naturalesa, turisme actiu, d'aventura, de cap de setmana, de platja, urbà, de congressos, enoturisme, etc.

L'edició va destacar per un augment del 10% de visitants, respecte de l'edició anterior, i per la participació de 161 expositors, onze més que en l'edició anterior. A més, 43.440 compradors potencials van visitar la fira.

4.2.3. FIO - Monfragüe, Extremadura, del 23 al 25 de febrer

FIO és un aparador magnífic per a fer negocis relacionats amb el turisme de naturalesa i promocionar destinacions i productes. Des d'empreses de turisme actiu fins a espais naturals amb valor ornitològic alt, passant per allotjaments rurals, fabricadors i distribuïdors de material òptic i fotogràfic o publicacions especialitzades.

Tot gira entorn d'un sector dinàmic i en ple creixement. Els expositors tenen la possibilitat de contactar directament amb professionals d'Espanya i d'altres països, sense oblidar l'afluència de milers de visitants interessats en qüestions com el turisme de naturalesa i aventura, l'ornitologia, la conservació del medi ambient, la fotografia o el senderisme.

El Patronat de Turisme de València presta des de fa anys una atenció especial a un segment de mercat tan respectuós i sensibilitzat amb el medi ambient com el que hi ha a la fira FIO de Monfragüe. I és que és un tipus de turista que deixa un incentiu econòmic important per a la destinació, la comunitat receptora i els guies locals, la motivació principal és tan forta que poden arribar a fer els seus viatges només amb l'objectiu d'observar les aus, demostrant les possibilitats que té la demanda per a l'economia de la zona.

Així doncs, *València Turisme hi va presentar per cinquena vegada, junt amb l'Associació de Guies Birding CV, l'oferta ornitològica. Hi ha tant públic general com públic interessat en el turisme de naturalesa i ornitològic i representants d'associacions i organismes oficials de turisme i medi ambient, associacions conservacionistes,

federacions i associacions ornitològiques i de muntanya, associacions de fotògrafs, fires de naturalesa, revistes especialitzades, etc.

4.2.4. SEVATUR - Sant Sebastià, del 9 a l'11 de març

SEVATUR és una fira de gran importància al nord d'Espanya dins del sector, i un esdeveniment d'assistència quasi inexcusable per a professionals i empreses relacionades. És per això que *València Turisme hi va presentar, per quarta vegada, l'oferta turística.

S'hi van reunir els professionals i empreses relacionades amb el sector per a compartir les darreres novetats i informar sobre les possibilitats de la destinació als visitants. En tres dies, SEVATUR va rebre més de díhuit mil visitants, de Guipúscoa, Navarra i el País Basc francès.

Mercat del País Basc a la província de València⁶

En el 2017, 344.896 viatgers bascos es van desplaçar a la Comunitat Valenciana. Van representar l'1,9% del total de viatgers residents a Espanya amb destinació a la Comunitat Valenciana i van ocupar la novena posició en el rànquing de turistes residents a Espanya.

Les pernотacions fetes es van xifrar en 3,6 milions, concentraren un 4,2% del total de pernотacions en tot tipus d'allotjament de residents d'Espanya a la Comunitat Valenciana (sisena posició en el rànquing de pernотacions de residents).

En el 2017 els bascos van ser el mercat nacional principal quant a estada mitjana, 10,6 dies a la Comunitat Valenciana.

La despesa mitjana diària va ser de 47,4 €, superior a l'estimada per la mitjana de turistes residents (38,9 €).

4.2.5 MEDSEA - Alacant, del 17 al 18 de març

*València Turisme va participar en la segona edició de MEDSEA, fira d'àmbit professional, dirigida tant a instructors de diferents matèries relacionades amb les activitats marines, esportistes «marins» com ara surfistes o bussejadors, o interessats en els productes, materials i servicis exposats tant com públic general, atesa la innombrable oferta de turisme actiu i aquàtic que tenim a les nostres comarques. De fet, l'estand el van atendre a més de tècnics de promoció del Patronat Provincial de Turisme de València, diverses destinacions i empreses del sector: Oliva Surf, F-One Poshopcenter, Kite Paradise, Kite Boarding Oliva, Charter Marcel Pesca Altura, Centro de Buceo Delfín i Centro de Buceo Costa Palancia.

⁶ Dades extretes de l'informe de mercat emés per l'Observatori Turístic de la Comunitat Valenciana, Conselleria de Turisme.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

S'ha d'esmentar que la coincidència en dates amb les Falles de València va suposar poca afluència de públic al certamen.

Amb la mar com a escenari, MEDSEA va aglutinar totes les activitats en què les persones estan més en contacte amb el medi i de la manera més natural, encara que, això sí, aprofitant nous materials i tecnologies, però respectant la mar i tractant de molestar tan poc com siga possible els éssers que hi habiten. Per això, hi tenen cabuda el submarinisme, l'*snorkel*, l'apnea o el caiac mar, així com el surf i totes les variants com ara *kite*, *wind*, *paddle*, etc.

4.2.6. B-TRAVEL - Barcelona, del 20 al 22 d'abril

B-TRAVEL Barcelona va ser del 20 al 22 d'abril al recinte Montjuïc de la Fira de Barcelona.

Amb un horari de divendres a dissabte de 10 a 20 h i diumenge de 10 a 18 h, la fira va rebre més de 30.000 visitants i va superar en un 10% l'edició anterior.

Els visitants van poder fruit de la presentació de més de dos-cents expositors que van reunir totes les comunitats autònomes i quaranta destinacions internacionals.

De les destinacions estatals, les més demanades van ser: Catalunya, Andalusia, les Canàries, les Balears, el País Basc i València.

València Turisme va acudir a la fira en l'estand de Comunitat Valenciana, que incloïa les marques Costa Blanca, Benidorm i Castelló Mediterrani. L'espai de València Turisme el van ocupar les localitats de Xàtiva, Gandia, Oliva, Sagunt, Canet d'en Berenguer, el Puig de Santa Maria i Cullera, a més de la mancomunitat de la Vall d'Albaida i las empreses Manolo Travel i Quiksail.

Mercat català a la província de València⁷

Catalunya és la segona emissora estatal de viatges turístics. La Comunitat Valenciana és la quarta destinació dels catalans en nombre de viatges (1,03 milions), per darrere de Catalunya, Aragó i Andalusia i també el quart en nombre de pernoctacions (4,2 milions).

Un 5,6% dels viatges dels residents a Espanya a la Comunitat Valenciana els fan residents a Catalunya.

La despesa dels catalans en els viatges a la Comunitat Valenciana es va estimar en 220 milions d'euros.

En el 2017, els catalans van fer 1,8 milions de pernoctacions en allotjament de mercat (hotels, càmpings, apartaments i allotjament rural).

En el 2017 els catalans van viatjar més per Espanya (10,2%) i a l'estranger (17%). Els viatges amb destinació a la Comunitat Valenciana van descendir un 17,9%. I la despesa en la Comunitat Valenciana va créixer un 24%.

⁷ Dades extretes de l'informe de mercat emés per l'Observatori Turístic de la Comunitat Valenciana, Conselleria de Turisme.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

El nombre de pernoctacions totals a la Comunitat Valenciana va descendir un 22,6% en el 2017, amb descensos en totes les tipologies d'allotjament, tant de mercat com de no de mercat. Fins al març del 2018 baixen les pernoctacions en hotels un 0,7% i en apartaments fins al febrer del 2018 augmenten un 10,8%.

El turista català que visita la Comunitat Valenciana pernocta en habitatge de familiars i amics (40,8%) i establiments hotelers (25,6%), es desplaça per motius d'oci (46,2%) i visites a familiars o amics (45,4%), roman una mitjana de 4,1 dies i fa una despesa mitjana diària de 52,1 euros.

4.2.7. EXPOVACACIONES - Bilbao, del 4 al 6 de maig

La fira Expovacaciones de Bilbao va ser del 4 al 6 de maig al recinte BEC, a Barakaldo. Amb un horari de divendres a dissabte d'11 a 20.30 h i diumenge d'11 a 19 h, la fira va rebre 76.500 visitants i hi hagué 261 empreses exposidores, com ara agències de viatges (majoristes i minoristes), companyies de transports, agències immobiliàries, organismes oficials, hotels, empreses de càmpings, caravanes i camper. Van estar juntes, però dividides en dos ambients: el de destinació (nacional i internacional) i l'àrea de camper i càmping amb més de vint-i-sis marques i setanta vehicles.

Pel que fa a l'oferta vacacional a la fira van acudir les destinacions següents: l'Argentina, Xile, Cuba, la República Dominicana, Portugal, el Marroc, el Japó, França, Andorra i els països nòrdics. Com a país convidat, hi va acudir Romania.

València Turisme va participar amb l'estand de la Comunitat Valenciana Turisme amb totes les marques turístiques valencianes: Castelló Mediterrani, Costa Blanca i Benidorm. En el cas de la promoció del cap i casal, la va portar Comunitat Valenciana i València Turisme.

Al cantó de les comarques valencianes va estar representat el mostrador de València Turisme, Gandia, Cullera, Sagunt-Canet i Alboraià (que va oferir degustacions d'orxata i fartons).

Mercat del País Basc a la província de València. Remeteu-vos a les dades exposades en l'apartat de la fira SEVATUR de Sant Sebastià.

4.2.8. ARATUR - Saragossa, de l'11 al 13 de maig

*València Turisme va participar per cinquena vegada en Aratur, en un espai compartit amb la resta d'oferta valenciana, a més de la participació dels municipis de Sagunt, Canet d'en Berenguer, Xeraco i Gandia.

S'hi van donar cita més d'un centenar d'expositors, entre comunitats autònomes, empreses turístiques, països, entitats promotores d'oci i turisme actiu, hotels, balnearis, paradors de turisme, càmping, cases rurals, estacions d'esquí, enoturisme, turisme religiós, turisme esportiu, turisme tecnològic, creuers, agències de viatge, centrals de reserva, revistes i publicacions especialitzades, canals temàtics i programes de ràdio

especialitzats en turisme, portals d'Internet especialitzats, etc. I el saló el van visitar més de 22.000 persones.

4.2.9. MOSTRA DE VILLENA - Villena, del 28 al 30 de setembre

Una vegada més, la Mostra de Villena de comerç, agricultura, motor, promoció, oci i turisme, en la vint-i-tresena edició, acollí l'oferta turística de les nostres comarques, amb participació directa del Patronat Provincial de Turisme de València i les destinacions de Cofrentes i Ayora.

L'acte va comptar amb un programa d'activitats, durant les jornades (ponències i tastos de vins, tallers, turisme familiar, presentacions i degustacions gastronòmiques, ofertes turístiques, culturals i esportives), amb la finalitat de descobrir i potenciar el turisme d'interior i de proximitat, ja que Villena és un punt estratègic de tres comunitats autònomes –Múrcia, Castella-la Manxa (Albacete) i València–, amb una xarxa de comunicacions excel·lent.

4.2.10. I MOSTRA DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA - València, 20 i 21 d'octubre

Turisme de la Comunitat Valenciana organitza per primera vegada la Mostra de Turisme de la CV i tria com a escenari la Ciutat de les Arts i les Ciències de València.

S'hi van donar cita més d'un centenar d'empreses de l'àmbit turístic, a més de les marques turístiques valencianes. Els veraders protagonistes hi van ser els professionals del sector, els productes turístics, les experiències i els servicis. A més, la fira va tindre un espai molt emblemàtic i identitari dedicat als productes estratègics de la Comunitat Valenciana, com ara la Ruta de la Seda, la Ruta del Grial, Territori Borgia, Camins de Dinosauris o la Ruta dels Càtars.

Cal destacar el bon acolliment que va tindre entre el públic assistent el nou catàleg de productes de les comarques editat pel Patronat de Turisme.

Hi havia una zona per a empreses i associacions, totalment orientada a producte composta per aproximadament cent espais expositius. A més, hi havia una zona de demostracions de cuina i tastos, un escenari polivalent per a presentacions i espectacles i una zona de productors i artesans.

A més, es va habilitar una zona de tallers infantils, i en l'exterior del recinte es van oferir degustacions i diferents activitats per als vianants que es van acostar a la Ciutat de les Arts i les Ciències.

4.2.11 TOTS SANTS - Cocentaina, de l'1 al 4 de novembre

Trobada multisectorial que no defrauda mai, en la qual els visitants solen mostrar molt d'interés per l'oferta turística de les nostres comarques. És per això que *València Turisme hi va estar present, en la 672a edició de la Fira de Tots Sants, junt amb les destinacions de Carcaixent, el Consorci de la Ribera, Sueca, Cullera, l'Associació de

Municipis Valle Júcar-Cabriel, Cofrentes, Xàtiva, la Mancomunitat de la Vall d'Albaida, Ontinyent, Simat de la Valldigna, Gandia, Oliva i Xeraco, per a promocionar tots els productes i l'oferta turística. I, a més, hi va participar també l'empresa del territori Calderona Viva.

4.2.12. INTUR - Valladolid, del 22 al 25 de novembre

Sisena ocasió en què *València Turisme hi participa, i com en la resta de fires estatals ho va fer en un espai compartit amb la resta d'oferta valenciana.

En l'espai expositiu de València Turisme es va promocionar conjuntament l'oferta turística dels productes de les nostres comarques i de València, junt amb les destinacions de Cullera i Gandia.

Els visitants de la fira es van mostrar molt interessats en les guies d'allotjaments i la guia desplegable de la província, les rutes turístiques, informació sobre la capital i un interès especial en el turisme d'interior de les comarques de València.

Intur ja s'ha consolidat com un dels certàmens de turisme principals entre els que es fan a Espanya.

Mercat castellanoleonés a la província de València⁸

És el huité mercat estatal amb una quota del 2,2%, amb 414.911 viatges. Un 51,7% té com a destinació la província d'Alacant, un 27,1% la de València i un 21,3% la de Castelló.

El perfil del turista resident a Castella i Lleó que visita la Comunitat Valenciana roman una mitjana de 8,9 dies, fa una despesa mitjana diària de 52,2 euros, el 73,7% hi arriba amb automòbil, s'allotja en allotjament de mercat (71%), la majoria en establiments hotelers (52%) i la motivació principal que té és l'oci (88,3%) i un 16,5% viatja amb paquet turístic.

⁸ Dades extretes de l'informe de mercat emés per l'Observatori Turístic de la Comunitat Valenciana, Conselleria de Turisme.

4.3. PROMOCIÓ NO CONVENCIONAL I COMERCIALIZACIÓ. ESDEVENIMENTS, ACCIONS ESPECIALS I TAULES DE TREBALL

4.3.1. TURNEXO. Saló de l'agent de viatges - València, 12 d'abril

Durant l'exercici 2018, *València Turisme presenta en el saló TURNEXO de València, junt amb diverses empreses de servicis i productes turístics de les nostres comarques, l'oferta turística que hi ha a més de dos-cents professionals del sector, de més de cent agències de viatges.

Des del Patronat es considera que és un públic de gran valor, perquè són els prescriptors directes de les nostres comarques en les seues oficines i les agències de viatges.

4.3.2 I TROBADA AMB RECEPTIUS. CUB DE LES COMARQUES, 31 D'AGOST DEL 2018

València Turisme organitza la primera trobada amb receptius, el 31 d'agost del 2018, en el Cub de les Comarques, a la Marina de València. Comparteixen espai tres receptius amb les empreses i els ajuntaments que venien el seu producte.

El Patronat Provincial de Turisme va comptar amb la participació directa de les empreses i ens públics del territori que treballen en la producció i comercialització dels seus productes en les diferents comarques valencianes. Els receptius rebien les empreses expositores al seu espai, on intercanviaven dades. Intercanvi de targetes i informació coordinat pels tècnics del Patronat de Turisme.

En eixe sentit, un total de vint-i-tres empreses junt amb set municipis i tres receptius hi van participar presencialment. Les empreses s'agrupaven en les tipologies de producte següents, entre altres:

- Turisme actiu: Discover Vlc, Escuela Náutica Alisios, Valencia Adventure, Valencia Bikes, Borama Catamaranes...
- Turisme gastronòmic: Descubre la Huerta SLU, Genesis Tourism and Beer, Gourmet Days, Horta Viva, Planta y Cosecha, Ruta del Vino Utiel-Requena, Sequer Lo Blanch...
- Turismo cultural: Ecomuseo de Bicorp, Integral Tur Proyectos SL, Arte Valencia 2002 Turismo cultural SL, Celia Peris Celda, Discover Vlc...

Quant als receptius, hi participaren: **Trovalia, DMC Spain Tours i Turiart.**

La jornada es va desenvolupar amb normalitat, les tres empreses receptives rebien les empreses i els municipis que prèviament s'apuntaven per a concretar una reunió. Es mantenien les entrevistes, que tenien una durada de cinc i deu minuts i que estaven coordinades per les tècniques de turisme del Patronat, que assistien els receptius i empreses en la concreció de les reunions.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Posteriorment, el Patronat va elaborar una enquesta de valoració de l'acció per als participants, en què es tractaven temes com ara el nivell de satisfacció amb la informació rebuda, la ubicació de l'acte, la satisfacció amb la programació, la valoració general de l'acció, el nivell de satisfacció general i, per a acabar, un espai on poder plasmar els suggeriments i les opinions.

En línies generals, les empreses van agrair la possibilitat de participar i donar a conèixer els seus productes perquè els comercialitzen receptius.

4.3.3 I WORKSHOP DE LES COMARQUES. CUB DE LES COMARQUES, 28 DE SETEMBRE DEL 2018

El Patronat de Turisme de València va organitzar en col·laboració amb l'Associació Empresarial Valenciana d'Agències de Viatge (AEVAV) el primer Workshop de les Comarques el dia 28 de setembre al Cub de les Comarques, a la Marina de València. Hi van participar empreses, agències de viatge, ajuntaments i associacions.

Les empreses, els ajuntaments i les associacions oferien els seus productes de les diferents comarques valencianes amb la finalitat que les agències de viatge els comercialitzen i finalment col·laboren en la promoció. Les empreses van rebre les agències, al seu espai de treball, per a intercanviar dades.

En eixe sentit, un total de vint empreses, nou municipis, tres associacions i quinze agències van assistir presencialment a l'esdeveniment.

L'acció va finalitzar amb un còctel a l'exterior del Cub de les Comarques.

Després de l'acte, el Patronat va rebre el *feedback* de les entitats mitjançant una enquesta, en la qual van fer constar els aspectes més satisfactoris i van aportar opinions i suggeriments. En aspectes generals, tots van mostrar agraïment per la iniciativa del Patronat a concertar reunions professionals amb l'objectiu de promocionar i comercialitzar els productes valencians. No obstant això, diversos participants van destacar la necessitat de més agències i de concretar les entrevistes amb antelació.

4.4 FIRA DE LES COMARQUES

La **promoció de les nostres comarques i productes turístics** són una prioritat per a *València Turisme, sobretot tenint en compte que el turisme intern és un dels motors principals del moviment turístic dins del nostre territori. A més, hem de tindre en compte les noves tendències de demanda d'estades curtes i de cap de setmana, conegudes com a escapada urbana, una oportunitat per al turisme de les nostres comarques per la proximitat a la ciutat de València. I que la Comunitat Valenciana continua sent la primera destinació dels valencians i, per tant, els productes turístics de les nostres comarques són, sens dubte, una oferta molt atractiva per a eixe públic.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Després de la **sisena edició de la Fira de les Comarques**, que va tindre lloc del 4 al 6 de maig del 2018, es van obtindre uns resultats magnífics de participació per part dels visitants i un grau de satisfacció alt per part dels expositors. A més es va combinar l'acció d'**informació turística** amb **accions de dinamització** relacionades amb turisme cultural, actiu i gastronòmic, **venda de productes turístics** en un espai atés per les empreses de servicis de les nostres comarques, i l'espai **Del tros al plat**, on el visitant va poder consumir, a l'interior de la plaça de bous, plats típics de l'interior, tapes, dolç i begudes, mitjançant un sistema de tiquets, i amb **acompanyament musical i actuacions folklòriques en directe**, amb una aposta per la música en valencià.

Hi hagué **seixanta-tres expositors d'informació turística**: quaranta-huit municipis, dotze mancomunitats, la Federació de Càmpings de la CV, la Conselleria de Turisme, la Marina de València i l'estand del Patronat Provincial de Turisme de València, a més de trenta-quatre empreses de servicis turístics.

I per tercera vegada, es va posar en marxa la **Gimcana València Turisme**, una dinàmica que convidava el visitant a recórrer els expositors de la fira amb un passaport de viatges comarcals, i una vegada finalitzat el recorregut es podia participar en **el sorteig de noranta-tres premis directes** dels municipis i mancomunitats participants, amb la col·laboració d'empreses locals.

Mercat valencià a la província de València⁸

Els valencians van fer en el 2017 16,8 milions de viatges, un 92,4% amb destinació a Espanya, es posicionaren com el quart emissor estatal amb una quota del 8,8% dels viatges dels espanyols amb destinació a Espanya.

La Comunitat Valenciana és la primera destinació dels valencians, amb una quota del 57,7% dels viatges fets en el 2017 per Espanya. Els valencians són el primer mercat emissor estatal per a la Comunitat Valenciana, amb una quota del 48,5% del total de viatges de residents a Espanya a la Comunitat Valenciana.

Els valencians majors de quinze anys van fer 21,4 milions d'excursions per la Comunitat Valenciana, un 8,4% més que en el 2016.

En el 2017, els valencians van viatjar més (9%) i van fer una despesa total més gran (2,2%). Els viatges dels valencians a la Comunitat Valenciana es van incrementar un 12,2% i la despesa total va augmentar un 3,1%.

En 2017 van fer més pernoctacions en habitatge de familiars i amics (11,4%) i en segona residència (16,8%).

⁸ Dades extretes de l'informe de mercat emès per l'Observatori Turístic de la Comunitat Valenciana, Conselleria de Turisme.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Les pernoctacions hoteleres amb destinació a la Comunitat Valenciana van decreïxer en el 2017 un 0,9% i van augmentar un 7,4% en apartaments. Fins al març del 2017, les pernoctacions hoteleres han augmentat un 2,9% i en apartaments han incrementat un 15%.

El 47% dels viatges dels valencians a la Comunitat van tindre com a destinació la província de València. La major estada mitjana es va fer a la província de València, amb una mitjana de 3,5 dies i una despesa mitjana per viatge de 68,3 euros.

4.5 OFICINA VALÈNCIA TURISME (POETA QUEROL, VALÈNCIA)

Des de febrer del 2018, quan va arrancar la programació de l'Oficina de València Turisme, situada al carrer del Poeta Querol de València, hi han passat quaranta-sis municipis i nou mancomunitats, que setmana a setmana han presentat i promocionat els seus productes turístics en eixe punt de promoció comarcal, amb el seu personal i amb els suports de promoció de què disposen: vídeos promocionals, guies i fullets, productes gastronòmics, artesanía i, en algun cas, també, exhibicions del folklore local.

L'afluència de visitants varia segons les dates, però és molt significatiu l'esforç en promoció que duen a terme cada setmana els municipis i/o mancomunitats, tant abans d'anar a l'oficina com durant l'estada.

També s'han de tindre en compte les cartes i peticions particulars de diferent material que els interessa als turistes, punt genèric de les nostres publicacions com personalitzat de cada municipi dels que participen en les accions de promoció, són cada vegada més els turistes i visitants que demanen informació d'altres pobles de les comarques de València.

La retolació exterior de l'espai promocional s'ha personalitzat cada setmana amb el nom del producte turístic destacat de la setmana, en diferents idiomes: castellà, valencià i anglés.

S'hi han projectat cada setmana els vídeos promocionals dels productes, municipis i/o mancomunitats que s'han potenciat en l'espai.

Calendari de promocions del 2018

Gener

Del 31 de gener al 3 de febrer - **CHULILLA** / PRODUCTE: «PASEO ENTRE MONTAÑAS»

Febrer

Del 7 al 10 - **ENGUERA** / PRODUCTE: «EL PODER DEL AGUA Y EL FUEGO, SAN JUAN»

Del 21 al 24 - **CHERA** / PRODUCTE: OLI, SENDERISME I ESPORTS A L'AIRE LLIURE

Del 28 al 3 de març - **ALBERIC** / PRODUCTE: FESTA DE L'ENCISAM

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Març

Del 7 al 10 - **ALPUENTE** / PRODUCTE: TURISME PALEONTOLÒGIC I ETNOLÒGIC - **LA YESA**
/ PRODUCTE: PRODUCTE GASTRONÒMIC I RURAL

Del 14 al 17 - **FALLES** / PRODUCTE: FALLES A LES COMARQUES (Cullera, Sueca, Alzira i
Tavernes de la Valldigna)

Del 21 al 24 - **CORTES DE PALLÁS** / PRODUCTE: SENDERISME

Del 28 al 31 d'abril - PRODUCTE: SETMANA SANTA A LES COMARQUES (Alzira, Sagunt,
València, Gandia i Torrent)

Abril

Del 4 al 7 - **EL PUIG DE SANTA MARIA** / PRODUCTE: GASTRONOMIA MEDITERRÀNIA
SALUDABLE

De l'11 al 14 - **MANCOMUNITAT HOYA DE BUÑOL - CHIVA I BUÑOL** / PRODUCTE:
PAQUETS TURÍSTICS

Del 18 al 21 - **ALCÀSSER** / PRODUCTE: SABERS I SABORS

Del 25 al 28 - **ALMÀSSERA** / PRODUCTE: ORXATA I XUFA

Maig

Del 2 al 5 - **MONTESA, MOIXENT i VALLADA** / PRODUCTE: CICLOTURISME I TURISME
RURAL

Del 9 al 12 - **ALDAIA i PATERNA** / PRODUCTE: EXPERIÈNCIES A L'HORTA

Del 16 al 19 - **RIBA-ROJA DE TÚRIA** / PRODUCTE: SECRET VISIGOT, CAIAC PEL TÚRIA -
NÀQUERA / PRODUCTE: RUTES SENDERISTES I EQÜESTRES

Del 23 al 26 - **ALBORAIA** / PRODUCTE: PRODUCTES DERIVATS DE LA XUFA

Del 30 al 2 de juny - **SOLLANA** / PRODUCTE: CINQUENA EDICIÓ «MENJA'T SOLLANA»

Juny

Del 6 al 9 - **ASSOCIACIÓ DE MUNICIPIS DEL JÚCAR-CABRIEL** / PRODUCTE: TURISME
RURAL

Del 13 al 16 - **BOCAIRENT** / PRODUCTE: SETENA MERAVELLA RURAL D'ESPANYA

Del 20 al 23 - **CULLERA** / PRODUCTE: LA NIT DE SANT JOAN

Del 27 al 30 - **PUÇOL** / PRODUCTE: TURISME FAMILIAR A LA PLATJA

Juliol

Del 4 al 7 - **CATARROJA** / PRODUCTE: CONCURS D'ALLIPEBRE

De l'11 al 14 - **MANCOMUNITAT DE LA CANAL DE NAVARRÉS** / PRODUCTE: TURISME
ACTIU

Del 25 al 28 - **ALGAR DE PALÀNCIA, MANCOMUNITAT DE LA BARONIA, TORRES TORRES**
/ PRODUCTE: EXPERIÈNCIES AL CAMP DE MORVEDRE

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Agost

Del 15 al 18 - **ALGEMESÍ** / PRODUCTE: FESTA DE LA MARE DE DÉU DE LA SALUT

Del 22 al 25 - **SUECA** / PRODUCTE: FIRARRÒS, CONCURS DE PAELLA I FESTES DE SUECA

Del 29 a l'1 de setembre - **MANCOMUNITAT DE LA VALLDIGNA I VILALLONGA** /
PRODUCTE: DESCOBREIX LA VALLDIGNA I VILALLONGA

Setembre

Del 5 al 8 - **SERRA** / PRODUCTE: RUTA DE LES ESCULTURES: ITINERARI PATRIMONIAL

Del 12 al 15 - **MANCOMUNITAT ALTO TURIA** / PRODUCTE: TURISME A LA ZONA

Del 19 al 22 - **CHESTE** / PRODUCTE: EL CIRCUIT MOSCATELL

Del 26 al 29 - **AYORA** / PRODUCTE: XVII EDICIÓ DE LA FIRA «EL PRIMER CORTE DE LA
MIEL»

Octubre

Del 3 al 6 - **UTIEL, CAMPORROBLES** - PRODUCTE: ENOTURISME I TURISME RURAL

Del 10 al 13 - **ALZIRA** / PRODUCTE: UN RIU DE TURISME

Del 17 al 20 **ALAQUÀS, PICANYA** / PRODUCTE: ARQUITECTURA I PAISATGE, TURISME
PER L'HORTA

Del 29 al 3 de novembre - **MONTROI** / PRODUCTE: FIRA VALENCIANA DE LA MEL

Novembre

Del 7 al 10 - **CAMP DEL TÚRIA** / PRODUCTE: CARRERA DELS ARBRES I CASTELLS DEL
CAMP DEL TÚRIA

Del 14 al 17 - **YÁTOVA, MACASTRE, SIETE AGUAS** - PRODUCTE: TURISME RURAL

Del 28 de novembre a l'1 de desembre - **MANCOMUNITAT TIERRA DEL VINO** /
PRODUCTE: VINS I EMBOTITS

Desembre

Del 5 al 8 - **LORIGUILLA** / PRODUCTE: TURISME RURAL

Del 12 al 15 - **CANET D'EN BERENGUER** / TURISME FAMILIAR A LES PLATGES

Del 19 al 22 - **ANDILLA** / PRODUCTE: «SENDEANDO Y GASTROMERCADO»

Del 26 al 29 - **POBLES DE LA VALL D'ALBAIDA (ALFARRASÍ, OTOS, EL PALOMAR,
AGULLENT I MONTAVERNER)** / PRODUCTE: SENDERISME I TURISME RURAL A LA
VALL D'ALBAIDA

4.6. CUB DE LES COMARQUES (LA MARINA, VALÈNCIA)

El Patronat de Turisme de València disposa de dos espais singulars idonis per a dur a terme accions: el Cub de les Comarques (situat a la Marina de València) i l'Oficina de Promoció (situada al carrer del Poeta Querol, al costat del Teatre Principal de València).

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

El Cub de les Comarques és un espai de dos-cents metres quadrats aproximadament, amb capacitat per a presentacions per a un màxim de cent persones dretes. I hi ha els mitjans tècnics següents: pantalla tàctil *València friendly*, quatre projectors distribuïts a la sala, lavabos, part posterior per a presentacions, megafonia bàsica, taules plegables (per a gastronomia), cadires, expositor per a fullets, mapes comarcals de la província, zona de reunions, wifi...

Al llarg de l'exercici 2018 s'hi han fet les presentacions i accions de promoció que hi ha tot seguit.

Febrer: «Saborea la locura» (Associació Professional de Cuiners i Cuineres de la CV) i lliurament de diplomes del curs de guies turístics (Turiart)

Març: Congrés Ciutats del Món (Universitat de València) i còctel «Del tros al plat»

Abril: Ruta del Vino (Utiel-Requena), Un día entra viñas, Saguntum Invicta (Sagunt), 10k Alboraià i Birds & Wines (Actio)

Maig: Cicloturisme de l'orde de Montesa, Biosfira (Alzira), El secret visigot i Caiac pel Túria (Riba-roja de Túria), Iberfesta (Olocau), A la luz de las velas (Utiel) i Destinació Gandia

Juny: *Tresdeu* (revista dels festivals de música valencians), assemblea general de l'AEVAV (Associació Empresarial Valenciana d'Agències de Viatge), Bocairent Setena meravella rural d'Espanya (Ajuntament de Bocairent) i Destinació Cullera (Ajuntament de Cullera)

Juliol: La festa de San Gil (Ajuntament d'Enguera), La mar de tapes (Fotur), palau ducal de Gandia, Guia Tour & Kids (Club de Producte de Turisme Familiar), Festa de la Cavalcada de la Ceràmica (Ajuntament de Manises) i web Film València (València Turisme)

Agost: Fira «Primer corte de la miel» (Ajuntament d'Ayora), Campionat del Món de vol amb globus (Totglobo i València Turisme), recreació històrica de la batalla del Tollo (Ajuntament d'Utiel), Concurs Internacional de Paella de Sueca i la festa del Dux (Ajuntament de Riba-roja de Túria)

Setembre: sala d'exposicions de productes de l'Alt Túria (Mancomunitat Alto Turia)

Octubre: Utiel Gastronómica (Ajuntament d'Utiel) i Otos, el poble dels rellotges de sol

Novembre: carrera d'arbres i castells al Camp de Túria (Mancomunitat del Camp de Túria) i desdejuni de treball amb el diari *El Mundo*

Desembre: presentació del web www.deltrosalplat.com, presentació de la guia d'oli d'oliva i presentació d'accions de turisme a la Ribera (Consorti de la Ribera)

4.7. PUBLICACIONS I DOCUMENTACIÓ

4.7.1. Edició i reedició de publicacions

Durant els primers mesos de l'any s'actualitzaren dades i es van reimprimir totes les publicacions del Patronat: guies (hotels, cases rurals, turisme actiu i cultural, turisme familiar, festes, gastronomia, castells, museus, guia de la província desplegable), mapes i plànols (carreteres, València) i els fullets desplegables de les catorze comarques (en castellà i valencià).

Durant l'any, des del Patronat s'ha continuat apostant per la impressió de les nostres guies i catàlegs amb paper reciclat respectuós amb el medi ambient i s'ha mantingut la gamma cromàtica per a cada publicació, de manera que són fàcilment identificables pels colors de les portades i contraportades. Totes les publicacions estan disponibles, a més, en format digital en el portal www.valenciaturisme.org i en l'aplicació València Turisme, de descàrrega gratuïta.

4.7.2 Edició d'altres publicacions

Ateses les necessitats que en matèria de promoció s'han plantejat durant l'any, s'han editat una sèrie de publicacions de promoció turística. Per això, s'han editat suports de promoció, per a projectes, esdeveniments i fires en les quals ha participat el Patronat. Fitur (Madrid): catàleg de productes turístics i programació; Fira WTM (Londres): catàleg de productes turístics per al mercat britànic; Fira de les Comarques (València): passaport de la Fira de les Comarques, programació i catàleg de productes; fullet desplegable «Del tros al plat» per a la fira Gastrónoma (València); punt de lectura #turistadigital, editat amb motiu del Dia Mundial del Turisme; desplegables i menús del programa «Del tros al plat» personalitzats per a cadascuna de les accions fetes.

4.7.3. Distribució de publicacions

Durant el 2018, el Patronat ha continuat amb el servei de distribució de publicacions turístiques de València Turisme en les oficines de turisme del territori, així com amb la difusió i distribució en fires i actes, amb una distribució d'un total de cent vuitanta mil exemplars de publicacions turístiques de València Turisme (guies, desplegables, plànols i mapes) distribuïts durant l'any, tant en oficines de turisme, com en fires i actes de promoció turística.

De març a maig van ser els mesos amb més activitat generada quant a la distribució de fullets, guies i catàlegs del Patronat Provincial de Turisme. També es van atendre les demandes de publicacions de diferents organismes i entitats com ara ajuntaments, hotels, centres juvenils, escoles i mancomunitats de les comarques. Igualment, des del Patronat es van atendre les sol·licituds de particulars, amb enviament per correu postal

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

de la informació sol·licitada a través del portal www.valenciaturisme.org (que ha incrementat notablement), així com les sol·licituds de fullets i catàlegs per a congressos, trobades i accions d'altres àrees de la Diputació, així com altres organismes i entitats (universitats, associacions, etc.).

4.8 GASTRÓNOMA - València, de l'11 al 13 de novembre

De l'11 al 13 de novembre Fira València es va transformar per a acollir el que sens dubte va ser el gran esdeveniment de la gastronomia valenciana. I tot i encara sense el balanç final del comitè organitzador, més de dèsset mil persones van visitar Gastrónoma, on tant professionals com públic *gourmet* van fruit de les demostracions culinàries més bones, aprenent de la cuina en directe de grans xefs, molts amb estrelles Michelin. Tallers, cursos, demostracions i exhibicions es van succeir en els diferents espais del certamen.

Gastrónoma és sens dubte un fòrum obert perquè grans cuiners, fabricants, distribuïdors, xicotets comerciants i artesans posicionen València al capdavant de la cultura gastronòmica, i *València Turisme va participar per tercera vegada en l'aposta gastronòmica espectacular que és.

Hi hagué un espai expositiu de dos-cents metres quadrats, seixanta-dos més que en l'edició anterior, amb catorze coexpositors locals; productors i restauradors. «Del tros al plat» va ser de nou el protagonista, i fil argumental de la nostra presència en la fira, on a més es va presentar «Del tros al plat comarques», el nou programa gastronòmic que acosta la gastronomia de les nostres comarques al públic valencià. Els expositors de l'estand «Del tros al plat», del Patronat de Turisme, van mostrar la seua satisfacció després de la participació en la fira i l'interés a participar en pròximes edicions, després dels resultats obtinguts.

4.9. CINE A LES PLATGES - del 3 de juliol al 31 d'agost

Més de quaranta mil persones van fruit de la sisena edició de cine a les platges de la Pobla de Farnals, Gandia, Canet d'en Berenguer, Alboraya, Sueca, el Perelló, Puçol, Daimús, Piles, Tavernes de la Valldigna, València, Mareny de Barraquetes, Cullera, Bellreguard, Oliva, el Puig de Santa Maria i Sagunt.

El Patronat Provincial de Turisme de València va oferir, durant els mesos de juliol i agost, **trenta-sis sessions** de cine, en díhuit platges de la província de València, amb l'objectiu principal de reforçar el turisme i l'oci als municipis valencians.

A més, es va fer una acció de promoció prèvia a cada projecció amb una *tourist truck* informatiu i amb tallers relacionats amb el turisme de les nostres comarques dirigits sobretot a **públic infantil**. I es va repartir entre els espectadors la guia de butxaca de les nostres comarques, que ofereix informació resumida dels atractius turístics

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

principals. Abans de començar cada pel·lícula, es projectava un vídeo promocional del nostre territori i de diferents destinacions turístiques d'interior, a més de missatges de conscienciació ambiental per a fomentar el respecte a les platges i l'entorn.

És una iniciativa turística dirigida a tots els públics i totalment gratuïta en la qual es van projectar pel·lícules d'actualitat a l'aire lliure, en una pantalla unflable de noranta metres quadrats. Entre les pel·lícules que es van oferir destaquen: *GRU 3-Mi villano favorito, ¡Canta!, Bebé jefazo, La vida de Calabacín, La ciudad de las estrellas: La La Land, Batman: La Legopelícula...*

La percepció general com a experiència d'oci nocturn té la valoració majoritària de «molt bona». El cent per cent de les persones enquestades responen que sí que repetirien l'experiència.

El 97% de les persones enquestades hi va anar en família, seguit del 2% que ho van fer en parella i de l'1% que hi va assistir a soles.

Els mitjans de promoció i comunicació pels quals els usuaris van conèixer la iniciativa són ben diversos: punt d'informació de *València Turisme a la zona d'exhibició (70%), amistats (6%), oficina de turisme municipal (2%), xarxes socials i web (21%) i el restant 1%, cartells informatius, llibre de festes, etc.

També extraïem de l'enquesta la procedència dels usuaris, en la major part residents (68%) i turistes/visitants (32%), procedents tant de la província de València i de la resta de la Comunitat Valenciana, com de la resta d'Espanya, madrilenys en la major part i d'altres ciutats, com ara Albacete, Conca, Santander, Pamplona, Bilbao, Barcelona, Madrid, Toledo i Lleó.

4.10 VALÈNCIA FRIENDLY

Al gener, es va crear una eina itinerant, per a generar una base de dades de possibles usuaris i consumidors dels productes turístics de les comarques valencianes.

A través d'una pantalla tàctil amb un formulari senzill, es convida tant el públic que visita les diferents fires turístiques en les quals el Patronat participa, com els usuaris del #Cub a la Marina de València, a formar part de València Friendly, i rebre informació segmentada segons interessos i així generar una base de dades de qualitat per mercats emissors.

És una eina que es fa servir en totes les fires d'àmbit estatal en les quals participa el Patronat, així com en les fires internacionals i, especialment, al #Cub. Està disponible en tres idiomes: valencià, castellà i anglès.

5. PRODUCTE TURÍSTIC AL TERRITORI

5.1 Film València

5.2 Del tros al plat

«Del tros al plat» va nàixer des de les demandes d'un nou mercat de turisme que s'acosta a València sol·licitant autenticitat en l'experiència turística. Per la qual cosa volem usar la nostra condició d'habitants d'una terra que ha produït al llarg del temps una cultura basada en la relació cultural entre el producte i la seua explotació econòmica, entre la terra i la cuina. Entre la cuina i el turista.

Amb eixa filosofia, durant l'any, el Patronat ha impulsat diferents accions en el territori, dins del programa «Del tros al plat».

Concurs de la trufa d'Andilla

Al Veles e Vents, el dilluns 15 de gener

Tastarròs

Plaça de l'Ajuntament València, el 15 d'abril

Jornades de la Clòtxina Valenciana «Del tros al plat»

Associació de Cuiners i Cuineres de la Comunitat Valenciana, del 25 de maig al 10 de juny

Entrada de la Clòtxina (mercat del Cabanyal)

19 de maig

Presentació de la revista *FESTIU*

Festivals valencians, 7 de juny, al Cub de les Comarques

Festa de la Cirera i l'Esmorzar

Veles e Vents, 23 de juny

Música al Plat

Godella, 10 de juliol

Mercat de la Terra

Barx, 14 de juliol

Del tros al plat, presentació del web de Film València: www.filmvalencia.com

Cub de les Comarques, 25 de juliol

Llançament del web www.deltrosalplat.com

Al setembre

Firarròs Sueca

15 i 16 de setembre

Del tros al plat / Encicle Bicimissatgeria

La Marina de València, 15 i 16 de setembre

Del tros al plat, Dia Mundial de la Paella

Veles e Vents, 20 de setembre

Del tros al plat, Música a la Fresca

Aplec de dolçainers i tabaleters a Gandia, 20 d'octubre

Plaça del Tros al plat, VLC Boat Show

En col·laboració amb l'associació de restaurants de la Marina, el Patronat va col·laborar en la generació d'un espai gastronòmic amb la filosofia «del tros al plat», prop de la base, dins del recinte firal de la VLC Boat Show, la fira del sector més important que es fa a València. Del 31 d'octubre al 4 de novembre.

XI Concurs de Caça i Bolets

Bocairent, 26 de novembre

Concurs Gastronòmic de Cítrics de Palmera

28 de novembre

Presentació del web www.deltrosalplat.com

Cub de les Comarques, 10 de desembre

5.3. Accions internacionals vinculades a la gastronomia «Del tros al plat»

Roma, 9 de maig

La diputada de Turisme es va desplaçar fins a Roma per a presentar el programa «Del tros al plat» davant d'un nodrit grup de comunicadors i representants d'empreses turístiques italianes en un acte en què també va participar l'ambaixador d'Espanya a Roma, Jesús Manuel Gracia Aldaz, el director de l'Oficina Espanyola de Turisme a Roma,

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Jorge Rafael Rubio, i Josep Gisbert, director d'Estratègia Territorial Turística de l'Agència Valenciana del Turisme.

La presentació a Roma de «Del tros al plat» forma part de la programació de Turespaña i es va fer en col·laboració estreta amb l'Agència Valenciana del Turisme i l'Oficina Espanyola de Turisme de Roma, en la residència de l'ambaixador d'Espanya a Roma, situada al cor del Trastevere. L'acte va suscitar l'interés de més de cent convidats entre periodistes especialitzats de mitjans com ara *La Stampa* o *Viaggare* i d'empreses turístiques com King Holidays, Grimaldi, Univers, 4 winds, Altraviaggi o Albatravel, així com representants d'institucions italianes de turisme com la mateixa ambaixada, MPI Itàlia o la Conselleria de Turisme de Roma. La música i els versos van dibuixar una vetlada que es va completar amb la degustació del menú «Els Borja i els menjars, les essències i l'art» elaborat per cuiners valencians i que incloïa tretze plats acompanyats de vins també autòctons.

5.4. Altres accions gastronòmiques

València Culinary Meeting (25 de febrer - 3 de març)

València Turisme col·labora en la segona edició del Festival Internacional Independent, en el qual van participar nou xefs valencians, un dels quals Manuel Alonso, del restaurant Casa Manolo de Daimús. Durant els set dies, i en tàndem, els xefs van elaborar menús de producte i origen, apostant per la gastronomia local i universal, reivindicant el valor global de la bona taula.

5.5. Accions de promoció vinculades al turisme ornitològic —en col·laboració amb l'Associació de Guies Birding de la Comunitat Valenciana.

Considerem que encara que el **turisme ornitològic** està guanyant adeptes entre el públic nacional, la gran massa de clients potencials per a aquest segment del turisme de naturalesa es troba encara en el mercat internacional.

Destaquem com a mercat prioritari el **mercat britànic** per ser l'emissor del nombre més gran de clients potencials, com també el mercat escandinau, seguit ja a una certa distància pel mercat dels Països Baixos. Finalment, un mercat potencial per a mitjà termini al mercat USA.

Aquestes accions persegueixen dos objectius principalment:

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

-Aconseguir a curt/mitjà termini una major visibilització de la destinació VALÈNCIA en el mercat britànic i escandinau.

-Aconseguir a mitjà termini un increment dels visitants procedents d'aquest mercat.

- Inserció publicitària en premsa especialitzada en *birding* en el mercat britànic: *Birdwatching UK magazin*.

Per a assolir els objectius marcats, duem a terme una acció promocional directament en ***BirdWatching UK***, una revista especialitzada dirigida a un públic general d'observadors d'aus de gran repercussió, de la qual es venen 50.000 exemplars al mes. L'edat mitjana de lectors d'aquesta revista està entorn dels 54 anys, amb un nivell de vida mitjà-alt i temps disponible per a viatjar, i això els converteix en clients potencials per a visitar la nostra destinació. Per aquesta raó pensem que una de les accions més efectives per a entrar en les llars d'aquest client potencial tan especialitzat és llançar una campanya de promoció d'una duració mitjana en la revista.

- Assistència a British Bird Fair, Rutland, UK.

Aquest esdeveniment sobre aus és el més important del món, on es reuneixen els escenari de les destinacions de *birding* més destacats del món, majoristes (*tour operators*), agències de viatges especialitzades, editorials, òptiques, etc.

Durant la fira es realitzaran activitats de divulgació i conscienciació sobre les aus, la seua problemàtica i la seua conservació. Un programa de xarrades i projeccions amb personalitats i referents i també exposicions orals de l'oferta turística portada pels diferents expositors.

La nostra proposta és l'atenció i la dinamització de l'estand de l'Agència Valenciana de Turisme per a la promoció del *birding* en la nostra destinació, com també fer contactes i concretar entrevistes amb els diverses majoristes (*tour operators*) i agències de viatges especialitzades presents en la fira.

- TITCHWEL RESERVE, UK 22-23 SETEMBRE 2018

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Aquesta acció de promoció directa ha consistit en la captació de visitants, informació sobre les possibilitats per a l'observació d'aus (*birdwatching*) que té el nostre territori, com també la promoció de les destinacions de *birding* situades a les comarques de la província de València (i de la resta de la Comunitat Valenciana) i dels productes turístics que ofereixen les distintes empreses hi radicades.

S'hi ha proporcionat material consistent en fullets aportats per algunes de les empreses que desenvolupen la seua activitat a la província de València, el material promocional editat pel Patronat de Turisme de la Diputació de València i el seu marxandatge. Molts dels visitants van manifestar coneixement previ del territori (especialment de la zona d'Alacant, però també de Gandia, la Safor i València) com a destinació turística, però no ho relacionaven amb el *birding*. Es va aconseguir captar unes noranta persones que es van endur el catàleg, i d'aquestes més d'un 75 % van rebre informació completa sobre hàbitats, espècies, formes d'arribar, possibilitats d'allotjament, paquets turístics...

- Assistència al Delta Birding Festival. Delta de l'Ebre (Espanya) del 21 al 23 de setembre de 2018.

L'objectiu d'aquesta acció de promoció és donar a conèixer la nostra destinació de *birding* entre el públic nacional, especialitzat en el sector de l'observació d'aus més pròxim a la nostra zona. El Delta Birding Festival és considerat com l'esdeveniment sobre aus més especialitzat a Espanya. La tipologia de visitant que acudeix a la fira és altament especialitzat en *birdwatching* (observació d'aus), entre els quals un gran percentatge resulta ser gent relativament jove, persones d'entre 30 i 50 anys. Destaca també l'aflluència de visitants estrangers europeus.

6. INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA

6.1. Base de dades

6.2. Comàrqueting

Durant el 2018 s'implementen dos accions de comàrqueting conjuntes del Patronat Provincial de Turisme i Gandia, amb els portals www.latsminute.com i www.minube.es. En tots dos casos, les accions han de permetre a posteriori un estudi de l'impacte detallat en cada cas del públic al qual arriba l'acció.

Latsminute.com: acció per a tres mesos, dirigida al mercat francès. Latsminute és líder europeu en el sector de l'oci i els viatges en línia. L'acció inclou bàner, butlletins

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

d'informació, continguts, web, patrocini en web, avisos al mòbil, mitjà social (vídeos 24 hores i publicació en Instagram), per a promocionar Gandia i la província de València. L'acció està dirigida especialment al públic francès entre trenta i seixanta anys.

Minube: acció de comàrqueting amb un dels principals portals prescriptors per als turistes espanyols. Minube és una comunitat de viatgers per a amants dels viatges que permet als usuaris inspirar-se per a decidir les destinacions, planificar els viatges i compartir totes les experiències dels viatges. Dirigida al mercat estatal, en els mesos finals del 2018, per a incentivar els viatges a Gandia i a la província de València en temporada baixa, inclou: l'acció minubetrip (amb influenciadors que durant uns dies visiten la destinació i en parlen en els seus canals, i a més generant diferents vídeos per al portal de Minube), mitjà social, entrada en el blog, visibilitat i augment de trànsit en les webs de la destinació.

7. ALTRES ACCIONS I/O PROJECTES

7.1. Dia internacional del turisme, 27 de setembre

El 27 de setembre se celebrà el Dia Mundial del Turisme amb el lema «**Turisme i transformació digital**». El Patronat de Turisme de València va dur a terme les accions que hi ha tot seguit.

Promoció de les iniciatives municipals a través de les nostres xarxes socials

Amb l'objectiu de promoure-les en les xarxes socials del Patronat de Turisme de València i fer-hi partícips els municipis de la província, vam sol·licitar als municipis que ens facilitaren la programació de les activitats previstes per al Dia Mundial del Turisme. Finalment van ser deu els municipis que hi van participar, les iniciatives dels quals es van incloure en un fullet en format digital, amb tota la programació, del qual es va fer difusió en els nostres comptes de Facebook, Twitter, la web i la divulgació per correu electrònic als municipis i comarques.

Elaboració de marcapàgines del turista digital responsable

Atés el creixement de la digitalització i la rellevància actual que té, hem dissenyat un marcapàgines que conté cinc bones conductes del turista digital responsable amb l'etiqueta #turistadigital. A més de dissenyar-lo en format digital, es va imprimir també en paper per a difondre'l entre els turistes a través de les Tourist Info de València i els espais promocionals del Patronat: Cub de les Comarques (la Marina de València) i l'Oficina de València Turisme (carrer del Poeta Querol).

Geocerca turística

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

La geocerca és una activitat que combina tecnologia i entorn, a través de l'ús de coordenades i l'ajuda d'un GPS s'ha d'arribar a un punt final.

En la nostra geocerca turística, els participants/turistes han de seguir el mateix mètode per a fer una ruta turística.

En el nostre cas, vam triar com a punts de la ruta quatre empreses turístiques del centre de València, amb la finalitat de donar-los més visibilitat, per la qual cosa els participants acudien a les empreses participants perquè els facilitaren les coordenades del punt següent del trajecte i així successivament fins al punt final, l'Oficina de València Turisme (al carrer del Poeta Querol) on se'ls lliurava com a regal una motxilla de València Turisme i participar en el sorteig d'un sopar.

7.2. Col·laboració amb altres entitats i institucions

7.2.1. La Marina de València

7.2.2. Ajuntament de València

7.3.3. Turisme Comunitat Valenciana

8. COMUNICACIÓ

8.1. Comunicació

El Patronat de Turisme de València comunica a la societat les accions i activitats que fa, així com les diferents línies de gestió i actuació, a través del Departament de Comunicació. Per a fer-ho, fa servir els canals comunicatius tradicionals (mitjans de comunicació social: premsa escrita i digital, ràdio i televisions) i les xarxes socials (amb una forta presència en Instagram, Twitter i Facebook).

A més de vetlar per la reputació institucional de l'organisme autònom turístic, sota els criteris de la professionalitat i des d'un punt de vista institucional, el Departament de Comunicació és l'engranatge que uneix el Patronat amb el seu públic objectiu, els ciutadans i ciutadanes, a través dels mitjans de comunicació social com a vehicle principal.

Amb eixos objectius, durant el 2018 la producció informativa i relacional, en les dos llengües oficials, valencià i castellà, amb els seus públics i audiències i en els vessants en línia i fora de línia, ha anat encaminada a enfortir la visibilitat del Patronat i dels diferents programes i línies d'actuació.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Així, al llarg de tot l'any, el Patronat ha mantingut relacions amb els mitjans de premsa escrita, digitals, ràdios i televisions, ha organitzat rodes de premsa i presentacions de programes i ha organitzat visites turístiques per a mitjans de comunicació.

Entre les tasques comunicatives, destaca la redacció de notes de premsa, la planificació i posada en marxa de campanyes de publicitat, informes, entrevistes, dossiers de premsa, argumentaris i reportatges així com l'assistència a reunions tècniques i de treball amb diversos representants dels departaments de Publicitat i Redacció dels mitjans de comunicació, i l'organització d'actes públics.

La tasca comunicativa principal de l'any ha sigut la consolidació de les línies estratègiques presentades en FITUR: **DEL TROS AL PLAT**, una acció gastronòmica i turística que reivindica el territori valencià com a destinació turística excel·lent, i que compta amb un lloc web específic (www.deltrosalplat.com), i **FILM VALÈNCIA**, una nova plataforma digital que agrupa una xarxa de municipis valencians *film friendly*, amb la participació de l'Institut Valencià de Cultura i de la Fundació Turisme València, amb l'objectiu de facilitar els rodatges al territori valencià. També disposa d'espai web propi (www.filmvalencia.com).

D'altra banda, s'ha d'assenyalar l'intens ritme vital assolit per l'espai del turisme habilitat a la Marina de València, conegut com el **CUB DE LES COMARQUES**, que ha acollit la presentació d'esdeveniments, projectes i nous productes turístics organitzats i produïts per empreses turístiques i també pels ajuntaments valencians. A més del llançament de productes turístics, és important destacar la celebració del primer *workshop* entre receptius i empreses valencianes de producte turístic organitzat pel Patronat de Turisme a l'agost i el primer *workshop* entre agències de viatge i empreses valencianes de producte turístic organitzat pel Patronat de Turisme de València amb la col·laboració de l'Associació Empresarial d'Agències de Viatge (AEVAV) al setembre, així com la presentació en societat de la nova Associació Professional de Cuineres i Cuiners de la Comunitat Valenciana (APCCV), entre altres grans esdeveniments.

Com és habitual, s'ha organitzat el **viatge informatiu a Fitur 2018**, per a donar a conèixer l'oferta turística global de les comarques valencianes, amb el títol institucional: **«Why V? Food, Living & Sun»** que dona continuïtat a la filosofia de gestió del Patronat centrada en l'*easy living* valencià com a reclam turístic excel·lent, i que ha marcat les diferents accions publicitàries de l'any, com la Fira de les Comarques al maig, entre les més destacades.

És important destacar, a més, la comunicació d'un de les fites turístiques més rellevants de l'any: la selecció del projecte **«Connecta València»** de la Diputació de València, dotat amb **5.690.000 euros**, en la convocatòria «Destinacions turístiques intel·ligents» de l'entitat pública empresarial del Ministeri d'Economia i Empresa,

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Red.es. El programa està dissenyat per un equip tècnic interdisciplinari de les àrees de Modernització, Turisme i Medi Ambient de la Diputació per a optimitzar la gestió turística i ambiental i fer de les comarques valencianes un «territori intel·ligent i sostenible».

Durant l'any, s'han comunicat els aspectes més rellevants dels plans de dinamització turística i nova governança amb les mancomunitats, les línies de subvencions a ajuntaments i també a associacions i entitats sense ànim de lucre, així com la línia d'ajudes implementada i dirigida a municipis costaners per a **combatre l'estacionalitat turística**.

Finalment, s'ha informat periòdicament de la participació del Patronat en **fires internacionals, estatals i locals**, certàmens turístics i gastronòmics i altres esdeveniments del sector amb el suport del Patronat de Turisme o patrocinats, i de les reunions que la diputada de Turisme i vicepresidenta del Patronat ha mantingut amb representants dels ajuntaments valencians, entitats locals i entitats empresarials del sector, entre altres accions comunicatives.

8.2. Comunicació en línia

8.2.1 Portal turístic www.valenciaturisme.org

Durant l'any 2018, el portal turístic del Patronat Provincial de Turisme de València www.valenciaturisme.org ha continuat millorant el contingut i l'estructura amb l'objectiu d'informar més bé i de manera més visible als usuaris d'Internet. El web s'estructura en una part fixa amb els apartats «On anar», «Planifica't», «Coses per a fer», «Platges», «Interior» i «Publicacions» i una altra de més dinàmica que s'actualitza diàriament amb notícies, noves entrades en el blog, esdeveniments en l'agenda, vídeos, productes turístics i tota la informació relativa a ajudes i subvencions del Patronat.

A més, dins de l'estructura general del portal de València Turisme s'han incorporat dos webs impulsats també pel Patronat: www.filmvalencia.com (destinat a promocionar les comarques de València per a rodatges de cinema, publicitat...) i www.deltrosalplat.com per a posar a l'abast dels usuaris el programa «Del tros al plat», impulsat conjuntament pel Patronat i altres institucions i organismes.

Quant a les visites al portal turístic www.valenciaturisme.org cal destacar significativament el nombre d'usuaris que en l'últim any ha sigut de 447.786, és a dir, un augment en més de 200.000 respecte del 2017. El nombre de sessions ha ascendit a un total de 472.102 durant l'any.

Igualment, cal destacar que les visites des d'ordinadors han baixat un 35,9% i les visites des del mòbil han augmentat un 56,6%. De la resta de les visites, un 7,4% s'ha fet des de tauletes.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Espanya és el país amb més visites al portal. A escala internacional, els que més ens visiten són anglesos, estatunidencs, italians i francesos.

Del mercat estatal, destaquem que el 37% de les visites a la web són des de la Comunitat Valenciana. Madrid i Catalunya són les altres dos comunitats autònomes amb més visitants.

Quant al segment d'edat dels usuaris, el 33% que visiten el portal de València Turisme es troben entre els vint-i-cinc i els trenta-quatre anys; el 27%, entre els díhuit i els vint-i-quatre anys, i el 15%, entre els trenta-cinc i els quaranta-quatre anys. A més, el 45,8% dels usuaris de la web són dones i el 54,5%, hòmens.

Google continua sent la principal font d'accés al web, amb un 64,47% dels usuaris que hi entren.

Entre els continguts més vistos trobem una varietat de tipologies i els continguts més visitats són la informació turística i continguts relatius a diversos municipis turístics com ara Gandia, Anna, Sagunt, Oliva, Cullera o Xàtiva, a més de l'agenda, informació sobre les comarques, platges, naturalesa i blog.

Els canvis que s'han introduït i l'actualització contínua de continguts per part del personal del Patronat han millorat de manera notable la visibilitat des de cercadors i el posicionament del lloc. Això es reflecteix en un augment de visitants.

Durant l'any s'ha registrat un increment notable de les peticions de publicacions i guies turístiques de València Turisme a través de la web.

8.2. Xarxes socials de València Turisme

València Turisme promou els productes, municipis i comarques de València i els principals actes i programes de València Turisme en les xarxes socials principals. En Facebook, amb més de 47.800 fans; en Twitter, amb més de 12.000 seguidors, i en Instagram, amb més de 25.000.

L'estratègia de València Turisme en xarxes socials és promocionar els productes turístics de València per a atraure més turistes i visitants, promocionar l'oferta local dirigida principalment al públic de la Comunitat Valenciana amb l'objectiu d'incrementar els desplaçaments locals i donar a conèixer els principals programes i actes que organitza el Patronat de Turisme o en els quals participa o col·labora.

Twitter @valenciaturisme

En l'actualitat, el nostre compte **@valenciaturisme** disposa de més de **dotze mil seguidors**.

En els tuïts s'utilitzen etiquetes, mencions i fotografies per a promocionar el turisme al territori valencià. S'hi fa servir el valencià i el castellà.

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

Quant al contingut, tots els dies es publiquen les diferents iniciatives turístiques que es posen en marxa en el Patronat Provincial de Turisme de València i en els municipis del territori valencià com ara fires, certàmens gastronòmics, rutes turístiques, visites guiades i propostes per a fer escapades a València i es retuiteja tot el que té a veure amb el turisme a les comarques de València.

Facebook València Turisme

Actualment el compte de València Turisme en Facebook té més de 47.800 fans. Les publicacions promocionen les diferents iniciatives de València Turisme i de les comarques valencianes donen a conèixer els recursos i els productes dels municipis de València amb enllaços al web i al blog i informen dels programes i actes de València Turisme. Les entrades es publiquen punt en castellà com en valencià. Durant l'any, se n'han publicat més de mil.

L'abast orgànic mitjà de les publicacions de València Turisme ha sigut de 4.199 durant l'any.

Instagram @valenciaturisme

Instagram és la xarxa que més ha crescut en el darrer any. @valenciaturisme ha passat dels quinze mil seguidors a la fi de l'any 2017 als més de vint-i-sis mil, al novembre del 2018.

En Instagram s'utilitzen diverses etiquetes en les fotos publicades en el compte de València Turisme per a potenciar el turisme a les comarques de València (#valenciaturisme, #valenciaplaya, #valenciainterior). Diàriament es generen continguts de destinacions d'interior, paratges naturals, gastronomia i festes.

Instagram @Deltrosalplat

València Turisme ha creat un nou compte d'Instagram per a donar a conèixer el programa gastronòmic i turístic «Del tros al plat». S'hi promociona la cuina valenciana que des de fa temps i cada vegada més és un dels principals reclams turístics de les comarques de València.

València Turisme en Youtube

En e canal de Youtube de València Turisme hi ha els vídeos promocionals de les diferents iniciatives de València Turisme, «Del tros al plat» i de les comarques valencianes.

Durant l'any, el canal de youtube de València Turisme ha rebut més de 24.000 visualitzacions.

9. ACCIONS DE L'ÀREA DE DIRECCIÓ DEL PATRONAT

MEMÒRIA DE GESTIÓ 2018 – PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE VALÈNCIA

L'àrea de direcció té com a missió coordinar l'acció del Patronat i tirar avant el pla d'actuacions que aprova el consell rector.

Té també la responsabilitat de la gestió interna del Patronat i del personal així com la representació davant de la Diputació de València i de l'empresa pública Divalterra.

Des de la direcció del Patronat s'han dut a terme nombroses reunions de treball, amb representants públics de les administracions valencianes, representants d'empreses i associacions de l'àmbit del turisme i reunions d'organització interna, a més de les reunions de coordinació amb la Diputació i amb l'empresa pública Divalterra.

Durant l'any, s'ha fet el treball de supervisió de les factures, els decrets i escrits, s'han fet informes sobre assumptes relacionats amb la gestió del turisme, així com la supervisió contínua de l'acció del Patronat en les àrees de promoció i creació de producte.

Així mateix, s'ha convocat i coordinat els consells rectors del Patronat Provincial de Turisme.