



2020

INFORME DE GESTIÓ

- CONTINGUT -

1. ORDENACIÓ I TRAMITACIÓ TURÍSTICA

1.1. NORMATIVA

- 1.1.1. Decret 5/2020, de 10 de gener, del Consell, de regulació de l'estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana.
- 1.1.2. Decret 7/2020, de 17 de gener, del Consell, de regulació dels òrgans per a la coordinació de l'acció turística i de l'organisme públic per a la gestió de la política turística.
- 1.1.3. Decret 15/2020, de 31 de gener, del Consell, de disciplina turística a la Comunitat Valenciana.
- 1.1.4. Resolució de 22 de març, del director general de Turisme, per a garantir l'execució del que es disposa en l'Ordre SND/257/2020, de 19 de març, per la qual es declara la suspensió d'obertura al públic dels establiments d'allotjament turístic, d'acord amb l'article 10.6 del Reial decret 463/2020, de 14 de març, pel qual es declara l'estat d'alarma per a la gestió de la situació de crisi sanitària ocasionada per la COVID-19.
- 1.1.5. Resolució d'11 de maig, del director general de Turisme, sobre obertura d'establiments i prestació de serveis turístics a la Comunitat Valenciana després de la publicació de l'Ordre SND/399/2020, de 9 de maig, per a la flexibilització de determinades restriccions d'àmbit nacional, establides després de la declaració de l'estat d'alarma en aplicació de la fase 1 del Pla per a la transició cap a una nova normalitat.
- 1.1.6. Decret 142/2020, de 25 de setembre, del Consell, de regulació de la línia específica del Fons de Cooperació Municipal per a municipis turístics de la Comunitat Valenciana.
- 1.1.7. Tramitació del Decret 10/2021, de 22 de gener, del Consell, d'aprovació del Reglament regulador de l'allotjament turístic a la Comunitat Valenciana.
- 1.1.8. Esborranys de decrets en l'any 2020.

1.2. REGISTRE DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

1.3. GESTIÓ DE PROCEDIMENTS ESPECIALS

- 1.3.1. Accessibilitat
- 1.3.2. Declaracions d'interés comunitari (DIC)
- 1.3.3. Autoregistre d'habitatges d'ús turístic
- 1.3.4. COVID-19
- 1.3.5. Tramitació de dispenses
- 1.3.6. Informes emesos en compliment de la LOTUP

1.4. TRAMITACIÓ DE RECURSOS

1.5. NOVES TECNOLOGIES APLICADES A LA TRAMITACIÓ TURÍSTICA

- 1.5.1. Programa IMI
- 1.5.2. Tramitació telemàtica

1.5.3. Plataforma CUVT-i

1.5.4. Formularis autodeclaració de dades personals

1.5.5. Atenció a l'usuari: contacta_turisme@gva.es

1.6. PROFESSIONS TURÍSTIQUES. GUIES DE TURISME

1.6.1. Renovació d'acreditacions

1.6.2. Guies habilitats per altres CA o països membres de la Unió Europea

1.6.3. Mesa de treball per a nova convocatòria de proves

1.6.4. Nova convocatòria de proves de guies habilitats

2. ASSISTÈNCIA I INSPECCIÓ TURÍSTICA

2.1. INSPECCIÓ TURÍSTICA

2.1.1. Gestió de reclamacions i inspecció

2.1.2. Pla d'inspecció 2020

2.1.3. Tramitació d'expedients sancionadors i recursos

2.1.4. Aplicació corporativa sancionadora

2.1.5. Renovació parc mòbil Inspecció de Turisme

2.2. DECLARACIONS D'INTERÉS TURÍSTIC

2.2.1. Festes d'interés turístic autonòmic

2.2.2. Festes d'interés turístic provincial

2.2.3. Festes d'interés turístic local

2.2.4. Festes d'interés turístic nacional i internacional declarades per l'Administració general de l'Estat

2.3. RECONeixEMENT DE LA CONDICIÓN DE MUNICIPI TURÍSTIC

2.4. PLANS DE DINAMITZACIÓ I GOVERNANÇA TURÍSTICA

3. COMPETITIVITAT TURÍSTICA

3.1. ACCETUR: ITINERARIS D'EMPREDORIA I COMPETITIVITAT TURÍSTICA

- 3.1.1. Programa ACCETUR: Informació i orientació a emprenedors i empreses
- 3.1.2. Programa de competitivitat turística
- 3.1.3. Turisme Emprén: Validació del model de negoci.

3.2. EXCEL·LÈNCIA I SOSTENIBILITAT TURÍSTICA

- 3.2.1. SICTED CV
- 3.2.2. QUALITUR CLUB- Impuls a la certificació de models d'excel·lència
- 3.2.3. Foment de la sostenibilitat en el turisme de la Comunitat Valenciana

3.3. PROGRAMES D'AJUDES 2020

- 3.3.1. Ajudes de concurrència competitiva dirigides a entitats locals de la Comunitat Valenciana
- 3.3.2. Ajudes dirigides a empreses, associacions, federacions i fundacions de la Comunitat Valenciana
- 3.3.3. DECRET 48/2020, de 17 d'abril, del Consell, d'aprovació de les bases reguladores i de concessió directa d'ajudes urgents a persones treballadores en règim autònom, i xicotetes i mitjanes empreses del sector turístic afectades per la crisi de la COVID-19

3.4. ESTADÍSTIQUES DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

- 3.4.1. Estadístiques de Turisme, una eina d'anàlisi
- 3.4.2. Programa estadístic i col·laboració en el PVE 2019-2022
- 3.4.3. Plataforma d'intel·ligència turística (INTETUR)
- 3.4.4. Difusió d'informació estadística

3.5. ANUARIS I ALTRES ESTUDIS

3.6. ACCIONS DE SUPORT A LES ACTUACIONS DE POLÍTICA TURÍSTICA

- 3.6.1. Suport tècnic a la Presidència i Direcció de Turisme CV
- 3.6.2. Convocatòria i gestió dels Premis Turisme CV

3.7. PROGRAMA D'ESPECIALITZACIÓ TURÍSTICA

3.8. PROJECTES EUROPEUS I RELACIONS INTERNACIONALS

3.9. PLANS DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA EN DESTINACIÓ

4. INFRASTRUCTURES TURÍSTIQUES

4.1. INFRASTRUCTURES DE LITORAL

- 4.1.1. Manteniment i reparació de les instal·lacions higièniques i ludicoesportives
- 4.1.2. Subministrament i instal·lació de nous elements d'infraestructura turística
- 4.1.3. Reparació dels danys produïts per la borrasca Glòria

4.2. INFRASTRUCTURES DE CDT

- 4.2.1. Millora de les instal·lacions i adequació i actualització a la normativa aplicable
- 4.2.2. Centre de Desenvolupament i Acceleració Turística de València

4.3. ALTRES ACTUACIONS

4.4. ASSESSORAMENT I INFORMES PRECEPTIUS

- 4.4.1. Assessorament
- 4.4.2. Informes preceptius

5. FORMACIÓ I INNOVACIÓ TURÍSTICA

5.1. ACCIONS DE FORMACIÓ TURÍSTICA

- 5.1.1. Qualificació contínua
- 5.1.2. Formació per a l'ocupació

5.2. EL TURISME D'INTERIOR I LA NOVA CONFIGURACIÓ DE LA XARXA DE CDT

5.3. LA IMPORTÀNCIA DE LA FORMACIÓ EN LÍNIA EN L'ANY DE LA COVID-19

5.4. ALTRES ACTUACIONS

5.5. ACCIONS D'INNOVACIÓ TURÍSTICA

6. PRODUCTE I TERRITORI

6.1. PROGRAMA CREATURISME: ACTUACIONS CONJUNTES

6.1.1. Experiències CV

6.2. ACTUACIONS PER PRODUCTES

6.2.1. Mediterrani Actiu/Esportiu

6.2.2. Mediterrani Natural i Rural

6.2.3. Mediterrani Cultural: itineraris, rutes, xarxes culturals

6.3. L'EXQUISIT MEDITERRANI

6.3.1. Conveni UA Gasterra

6.3.2. Cuines solidàries

6.3.3. Conveni Fira València

6.3.4. Participació en Fitur 2020

6.3.5. Altres accions promocionals i col·laboracions

6.3.6. Formació

6.3.7. Potenciació de la xarxa gastroturística L'Exquisit Mediterrani

7. ACTUACIONS PROMOCIONALS

7.1. FIRES I CERTÀMENS TURÍSTICS

7.1.1. Certàmens celebrats en territori nacional

7.1.2. Certàmens celebrats en altres països

7.2. TALLERS, JORNADES INVERSES I PRESENTACIONS

7.2.1. Mercat INTERNACIONAL

7.3. VIATGES DE PREMSA I FAMILIARITZACIÓ

7.3.1. Mercat INTERNACIONAL

7.4. ACCIONS EN LÍNIA

7.5. PRODUCTES I ALTRES ACCIONS

8. PUBLICITAT, MÀRQUETING EN LÍNIA I COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA

8.1. REALITZACIÓ DE CAMPANYES I ACTUACIONS DE PUBLICITAT

8.1.1. Campanyes de publicitat

8.1.2. Disseny creativitats

8.1.3. Ampliació dels drets de locució, música, models i adaptació dels espots de Mediterrani en viu

8.1.4. Servei de locució i sonorització de vídeos en idiomes internacionals

8.1.5. Adaptacions gràfiques per al suport en la promoció turística

8.2. PROMOCIÓ ESPECÍFICA

8.3. MÀRQUETING EN LÍNIA

8.3.1. Portal turístic www.comunitatvalenciana.com

8.3.2. Xarxa de càmeres web

8.3.3. Estratègia de màrqueting en línia per a la Comunitat Valenciana

8.3.4. Estratègia de màrqueting en línia per als mercats llunyans: Xina i Rússia

8.4. COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA

8.4.1. Reimpressions

8.4.2. Disseny noves edicions 2020

8.4.3. Marxandatge

8.4.4. Banc d'imatges turístiques i nova línia de publicacions

9. OFICINES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA. XARXA TOURIST INFO

9.1. LA GESTIÓ DE LA XARXA TOURIST INFO EN OCASIÓ DE L'ALERTA SANITÀRIA PER LA COVID 19

9.2. COBERTURA DE LA XARXA

9.2.1. Cobertura jurídica- convenis

9.2.2. Cobertura territorial

9.3. INDICADORS DE SERVEI: HOSPITALITAT

9.3.1. Indicadors quantitatius

9.3.2. Indicadors qualitatius

9.4. ELEMENTS D'IMATGE CORPORATIVA

9.5. ORIENTACIÓ AL CLIENT: PLA DE QUALITAT

9.6. ASSISTÈNCIA I SUPORT A LES DESTINACIONS, EMPRESES I ENTITATS

9.7. COL·LABORACIÓ AMB ELS CENTRES FORMATIUS I UNIVERSITATS VALENCIANES

9.8. QUALIFICACIÓ DE L'EQUIP HUMÀ: EL PLA DE FORMACIÓ

9.9. SISTEMES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

9.10. PROJECTES D'INNOVACIÓ

9.10.1. Premi a la Innovació de la Xarxa Tourist Info 2020

9.10.2. Nous productes i serveis

9.10.2.1. Punt violeta turístic

9.10.2.2. Digitalització de les oficines de la Xarxa Tourist Info

9.11. FOMENT DE L'HOSPITALITAT TURÍSTICA

9.12. XARXA TOURIST INFO: 30 ANYS AL SERVEI DEL TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

9.13. LA XARXA TOURIST INFO 2020 EN XIFRES

1

ORDENACIÓ I TRAMITACIÓ TURÍSTICA

DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME



1.1. NORMATIVA

La Llei 15/2018, de 7 de juny, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana (d'ara en avant, la LTOH), va establir un marc normatiu per a la promoció i ordenació de l'activitat turística de la Comunitat Valenciana, el foment i la modernització del sector turístic i la millora i planificació dels seus recursos per a consolidar la Comunitat Valenciana com una destinació turística de qualitat, plural, igualitària, inclusiva, sostenible i hospitalària.

Després de ser publicada, la LTOH va patir una sèrie de modificacions mitjançant la Llei 9/2019, de 23 de desembre, de la Generalitat, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera i d'organització de la Generalitat, als efectes de:

- 1r Facilitar el desenvolupament reglamentari dels tres òrgans per a la coordinació de l'acció turística previstos en el capítol III del títol I del llibre I de la LTOH.
- 2n La determinació del sentit del silenci administratiu en el tràmit de sol·licitud de dispensa de requisits establits per la normativa aplicable.
- 3r L'adaptació al principi de proporcionalitat de les infraccions a aquesta normativa i el règim transitori aplicable als procediments sancionadors.

Des de la publicació de la LTOH en el DOGV, durant els anys 2018, 2019 i 2020, s'ha anat abordant l'elaboració i tramitació de reglaments previstos per a desplegar-la.

1.1.1. Decret 5/2020, de 10 de gener, del Consell, de regulació de l'estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana.

Després de la tramitació, durant el 2019, del Projecte de decret del Consell, de regulació de l'estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana, la norma va ser aprovada i publicada en el DOGV el 17 de gener de 2020.

El decret, que desplega els articles 29 i 30 de la LTOH, regula:

- El reconeixement de la naturalesa turística dels municipis de la Comunitat Valenciana i la regulació detallada del seu règim jurídic.
- L'establiment dels criteris i obligacions a complir per al reconeixement de la condició de turístic a un municipi.
- El reconeixement dels drets als quals s'accedeix en obtindre la condició de municipi turístic.
- El desenvolupament del procediment per al reconeixement i la pèrdua de la condició de municipi turístic.

1.1.2. Decret 7/2020, de 17 de gener, del Consell, de regulació dels òrgans per a la coordinació de l'acció turística i de l'organisme públic per a la gestió de la política turística.

Després de la tramitació, durant el 2019, del Projecte de decret del Consell, de regulació dels òrgans per a la coordinació de l'acció turística i de l'organisme públic per a la gestió de la política turística, la norma va ser aprovada i publicada en el DOGV el 29 de gener de 2020.

El decret, que desplega els capítols 3 i 4 del títol I del llibre I de la LTOH, va satisfer les següents necessitats:

- Regular la composició, organització i funcions dels òrgans per a la coordinació de l'acció turística:
 - a) El Consell Valencià del Turisme com a òrgan col·legiat superior de consulta i assessorament del Consell en matèria de turisme.
 - b) La Comissió Interdepartamental de Turisme com a òrgan col·legiat i transversal del Consell, dirigit a facilitar la coordinació, la col·laboració, l'estudi, la proposta, la programació i el seguiment de les actuacions institucionals de l'administració autonòmica sobre l'activitat turística.
 - c) El Comitè d'Ètica del Turisme com a òrgan consultiu encarregat d'impulsar la implementació dels principis del Codi Ètic Mundial per al Turisme, i en concret, la seua adaptació a la idiosincràsia de la Comunitat Valenciana, a través del Codi Ètic del Turisme Valencià.
- Regular la naturalesa i estructura de l'organisme públic per a la gestió de la política turística, Turisme Comunitat Valenciana, el seu objecte, organització, règim jurídic, facultats i funcionament dels seus òrgans, així com la resta de funcions dels òrgans de l'entitat.
- Regular l'estructura bàsica de Turisme Comunitat Valenciana desenvolupant les funcions, composició i règim de funcionament del Comitè Estratègic de Gestió, el Comitè de Direcció, la Presidència, la Vicepresidència, la Direcció i la Secretaria General.

1.1.3. Decret 15/2020, de 31 de gener, del Consell, de disciplina turística a la Comunitat Valenciana.

Després de la tramitació, durant el 2019, del Projecte de decret del Consell, de disciplina turística a la Comunitat Valenciana, la norma va ser aprovada i publicada en el DOGV el 6 de febrer de 2020.

El decret, que desplega el títol II del llibre III de la LTOH, satisfà les necessitats següents:

- Abordar les singularitats del procediment sancionador i els òrgans competents per a la imposició de les sancions, actualitzant-lo i adequant-lo a la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques, i a la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic.
- Garantir una adequada planificació inspectora mitjançant l'elaboració anual d'un pla d'inspecció en què s'han d'establir els objectius de l'actuació inspectora, els establiments objecte d'inspecció i el seu àmbit geogràfic i temporal, prestant especial atenció al contingut i formalització de les actes i altres documents elaborats en exercici de funcions inspectores, i al contingut i execució del Pla d'inspecció turística previst en l'article 81 de la LTOH, per a la qual cosa es determinen zones per cadascuna de les tres províncies de la Comunitat Valenciana i es preveuen percentatges d'efectius d'inspecció tenint en compte l'oferta de serveis i places d'allotjament a les zones litoral i interior d'una banda i poblacions de gran afluència turística d'una altra.

- 1.1.4. **Resolució de 22 de març, del director general de Turisme, per a garantir l'execució del que es disposa en l'Ordre SND/257/2020, de 19 de març, per la qual es declara la suspensió d'obertura al públic dels establiments d'allotjament turístic, d'acord amb l'article 10.6 del Reial decret 463/2020, de 14 de març, pel qual es declara l'estat d'alarma per a la gestió de la situació de crisi sanitària ocasionada per la COVID-19.**
- 1.1.5. **Resolució d'11 de maig, del director general de Turisme, sobre obertura d'establiments i prestació de serveis turístics a la Comunitat Valenciana després de la publicació de l'Ordre SND/399/2020, de 9 de maig, per a la flexibilització de determinades restriccions d'àmbit nacional, establides després de la declaració de l'estat d'alarma en aplicació de la fase 1 del Pla per a la transició cap a una nova normalitat.**
- 1.1.6. **Decret 142/2020, de 25 de setembre, del Consell, de regulació de la línia específica del Fons de Cooperació Municipal per a municipis turístics de la Comunitat Valenciana.**

Després de la tramitació, durant el 2020, del Projecte de decret del Consell, de la regulació de la línia específica del Fons de Cooperació Municipal per a municipis turístics, la norma ha sigut aprovada i publicada en el DOGV l'1 d'octubre de 2020.

La política de la Generalitat s'inscriu en la línia de foment i cooperació amb les corporacions municipals del nostre àmbit territorial, tenint en compte el paper que exerceixen els municipis en la prestació de serveis i obres públiques dirigides a tota la ciutadania, també a les persones visitants i turistes, per això resulta necessari col·laborar amb els ajuntaments dels municipis turístics per a dotar-los de recursos suficients perquè la població no resident no pose en risc la seua suficiència financera i puguin disposar de la dotació adequada per a la prestació dels serveis locals a persones residents i turistes i implementar les mesures necessàries per a compensar els efectes en el municipi i el seu desenvolupament sostenible en coordinació amb la Generalitat, com a administració més pròxima a la ciutadania.

Per a la consecució de l'anterior objectiu és necessari que es dote el Fons de Cooperació Municipal de suficient consignació econòmica mitjançant la creació d'una línia específica per als municipis turístics de la Comunitat Valenciana, caracteritzada també per la seua naturalesa incondicionada i no finalista, per tant, resulta exclosa la seua regulació de l'aplicació del règim de subvencions, d'acord amb el que es preveu en l'article 2.2 de la Llei 38/2003, de 17 de novembre, general de subvencions.

- 1.1.7. **Tramitació del Decret 10/2021, de 22 de gener, del Consell, d'aprovació del Reglament regulador de l'allotjament turístic a la Comunitat Valenciana.**

Després de la tramitació, durant el 2020, del Projecte de decret del Consell, pel qual s'aprova el Reglament regulador de l'allotjament turístic a la Comunitat Valenciana, la norma ha sigut aprovada i publicada en el DOGV el 8 de febrer de 2021.

En desplegament del capítol II del títol I del llibre III de la LTOH, l'objecte del decret és regular les activitats i serveis d'allotjament turístic desenvolupats en establiments situats a la Comunitat valenciana, així com les seues modalitats i classificació, règim de funcionament i prestació de serveis.

La incessant evolució de les característiques, condicions i circumstàncies de tota mena de l'activitat turística ha portat recentment el legislador autonòmic, concernit per aquesta situació de canvi pràcticament constant, a abordar l'elaboració d'un nou text legal destinat a regular el sector turístic valencià que, adaptat al nou context social, empresarial, professional, tecnològic i normatiu sectorial, assegure i fomenta amb les majors garanties possibles la qualitat, sostenibilitat i competitivitat d'una activitat tan rellevant des de múltiples òptiques per al desenvolupament de la nostra comunitat autònoma.

Fins ara, cadascuna de les modalitats d'allotjament comptava amb un decret específic. Aquesta opció normativa va poder respondre en el seu moment a la necessitat de donar una resposta reguladora a les noves manifestacions que s'anaven produint en aquesta matèria específica. Ara bé, això ha donat lloc a una evident dispersió normativa sobre un mateix camp, i operadors i administració han apreciat una certa complexitat a l'hora d'identificar la modalitat del servei d'allotjament a prestar en cada cas i, a més, un risc de disposar de regulacions diverses per a atendre realitats en essència similars i, per tant, ha generat una certa inseguretats jurídica.

Sobre la base d'aquesta consideració, un dels objectius del projecte de decret és unificar en una sola norma els decrets vigents fins ara relatius a les respectives modalitats d'allotjament turístic i facilitar així l'accés dels usuaris i agents del sector al règim administratiu aplicable a cadascun d'aquests des de l'inici al cessament de la seua activitat. En aquest sentit, el citat decret tracta d'homogeneïtzar la regulació de qüestions coincidents en cada modalitat d'allotjament i evita així la dispersió normativa i els efectes indesitjats abans assenyalats.

Adicionalment, aquest decret conté la regulació del procediment d'inscripció en el Registre de Turisme de la Comunitat Valenciana, així com el règim de preus aplicable a les empreses prestadores de serveis i el dels distintius de les empreses i establiments d'allotjament turístic.

El nou decret afig com a nova modalitat d'allotjament turístic l'alberg turístic, sense distinció d'urbà o rural, i la tipologia d'hotel balneari. S'introdueix l'obligatorietat que la relació amb les persones o entitats interessades, tant per a les persones físiques com jurídiques, es faça per mitjans electrònics, s'incorporen principis del Codi Ètic i s'afigen més requisits per a la comercialització dels allotjaments en plataformes digitals. I s'introdueix la necessitat de comptar amb una assegurança de responsabilitat civil, en funció de cada tipologia d'allotjament turístic.

Aquesta nova normativa ha sigut treballada amb les organitzacions empresarials d'allotjament turístic de les tres províncies i els grups de treball de les cambres de comerç, i s'ha comptat amb un ampli consens en la redacció final.

Cal assenyalar que la seua tramitació es va interrompre per la parada de l'activitat per ordre del Ministeri de Sanitat i es va reprendre després d'acabar la temporada d'estiu. I l'objectiu ha sigut abordar per part de l'administració turística l'elaboració d'un nou text legal destinat a regular el sector turístic valencià que, adaptat al nou context social, empresarial, professional, tecnològic i normatiu sectorial, assegure i fomenta amb les majors garanties possibles la qualitat, sostenibilitat i competitivitat de l'activitat turística.

1.1.8. Durant l'any 2020 s'ha treballat en els esborranys següents:

- Decret regulador del turisme actiu.
- Decret regulador de gastronomia Comunitat Valenciana.
- Decret regulador del Registre de Turisme de la Comunitat Valenciana.

1.2. REGISTRE DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

En la gestió del Registre de Turisme de la Comunitat Valenciana es van dur a terme les següents inscripcions d'altres, baixes, modificacions i reclassificacions:

TIPUS D'EMPRESA TURÍSTICA	ALTES	BAIXES	MODIFICACIONS	RECLASSIFICACIONS	TOTAL
Establiments hotelers	43	19	141	7	210
Càmpings i àrees de pernoctació	6	1	26	2	35
Blocs i conjunts d'habitatges turístics	6	0	6	0	12
Allotjaments turístics rurals	45	26	60	0	131
Turisme actiu	67	10	15	0	92
Restauració	24	19	62	0	105
Agències de viatges	64	97	200	0	361
Empreses gestores d'habitatges turístics:	47	17	38	0	102
Habitatges turístics	6.749	1.095	321	28	8.193
TOTAL	6.987	1.185	670	37	9.241

Agències de viatge

1. Durant l'any 2020 ha acabat el procés de substitució de la garantia que les agències de viatges inscrites en el Registre de Turisme de la Comunitat Valenciana tenien subscrita per l'establida en l'article 10 del Decret 101/2018, de 27 de juliol, del Consell, pel qual s'aprova el Reglament d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana.

En total s'han tramitat 726 expedients de substitució de garanties, 266 de la província d'Alacant, 62 de la província de Castelló i 398 de la província de València.

2. S'han tramitat 555 expedients de devolució de les antigues garanties que havien depositat en la Tresoreria de la Generalitat les agències de viatges en haver presentat la nova, d'acord amb el que es disposa en la disposició transitòria única del Decret 101/2018.

Empreses de serveis complementaris

Les empreses de serveis complementaris són aquelles que tenen per objecte la realització d'activitats d'interés o directament relacionades amb el turisme, d'entreteniment i altres d'esplai i oci quan s'oferisquen amb finalitats turístiques, i contribueixen així a la diversificació de l'oferta i al desenvolupament turístic.

Durant el 2020 es va continuar amb el procés d'informatització de la inscripció de les empreses turístiques de serveis complementaris, previs els tràmits d'audiència de confirmació de dades amb els titulars d'aquestes empreses.

Així mateix, es va continuar amb el disseny d'una nova aplicació, a través de la plataforma MASTIN, dels circuits necessaris per a la inscripció d'aquestes empreses.

Actuacions durant l'any 2020:

TIPUS DE RESOLUCIÓ	NOMBRE
Inscripcions	35
Denegacions	2
Desistiments	32
Baixes	0

1.3. GESTIÓ DE PROCEDIMENTS ESPECIALS

1.3.1. Accessibilitat

En el marc del Pla estratègic del turisme accessible de la Comunitat Valenciana 2017-2020, un dels pilars de la política turística de la Generalitat té com a objectiu promoure un turisme inclusiu que assegure la igualtat d'oportunitats de totes les persones per a desenvolupar la totalitat de les accions que componen l'activitat turística d'una manera segura, còmoda, autònoma i normalitzada.

Amb l'objectiu final d'anar aconseguint una oferta turística competitiva i adaptada a persones amb diversitat funcional, durant el 2020 es van realitzar les següents auditories de comprovació en allotjaments turístics:

TIPUS D'EMPRESA TURÍSTICA	NRE.
Establiments hotelers auditats	118
Establiments hotelers adaptats	119
Establiments hotelers practicables (amb necessitat d'acompanyant)	70
Albergs rurals auditats	0
Albergs rurals adaptats	9
Albergs de ciutat auditats	2
Cases rurals auditades	3
Cases rurals adaptades	4
Càmpings auditats	16
Càmpings de turisme adaptats	17

TIPUS D'EMPRESA TURÍSTICA	NRE.
Habitatges turístics	3
Blocs i conjunts d'habitatges turístics	0

1.3.2. Declaracions d'interés comunitari (DIC)

La declaració d'interés comunitari és el procediment que justifica la necessitat de la implantació d'activitats industrials, productives, terciàries i de serveis en sòl no urbanitzable.

Durant l'any 2020, en la Direcció General de Turisme de la Comunitat Valenciana es van tramitar 56 sol·licituds d'informes sobre declaració o exempció de declaració d'interés comunitari.

INFORMES DE DIC	NRE.
Declaracions d'interés comunitari	23
Exempcions de declaració d'interés comunitari	33

1.3.3. Autoregistre d'habitatges d'ús turístic

Durant 2020, des de la posada en funcionament de l'aplicació que permet als titulars autoregistrar els habitatges que es decideix dedicar a ús turístic i obtenir el número d'inscripció en el Registre de Turisme, es va procedir a inscriure un total de 1.328 registres d'habitatges turístics.

Del total d'habitatges registrats per autoregistre, 948 corresponen a la província d'Alacant, 138, a Castelló i 242, a la província de València.

D'altra banda, durant l'any 2020 s'ha mantingut la *Guia de l'habitatge turístic per a propietaris*, que té per objectiu posar en coneixement dels qui pretenguen dedicar al lloguer turístic un habitatge, el que es considera "habitatge turístic" a la Comunitat Valenciana i les seues repercussions, així com els tràmits administratius que els poden afectar, com ara disposar de fulls de reclamacions, preparar comunicats d'entrada de viatgers, disposar del certificat d'eficiència energètica, complir amb els estatuts i les normes de la comunitat de propietaris respecte de la cessió d'habitatges amb finalitats turístiques, etc.

La guia està disponible en la pàgina web de Turisme i compta amb enllaços per als tràmits en els quals es pot obtenir més informació i accedir al departament competent per a efectuar-los.

1.3.4. COVID-19

La declaració d'estat d'alarma el març de 2020 va incrementar l'activitat ordinària del servei, que va destinar part dels seus esforços, entre altres assumptes, a:

1. Participar en els grups de treball per a l'elaboració dels protocols COVID-19 de l'ICTE destinats a tota mena d'empreses i professions turístiques.
2. Gestionar consultes de prestadors de serveis turístics sobre l'aplicació de les diverses normes que les administracions públiques van dictar per a fer front a l'expansió del virus.
3. Coordinació dels serveis territorials de Turisme unificant criteris sobre els efectes i l'aplicació de les normes COVID-19 en establiments turístics, així com elaboració d'informes sobre els tancaments i cessaments d'activitat d'aquests.
4. Gestió de la tramitació d'ajudes directes a agències de viatge.
5. Reunions i criteris del "Bo Viatge Comunitat Valenciana", revisió del contracte de reserva de serveis de viatge, elaboració de la informació i dades del registre de les empreses adherides al programa "Bo Viatge" i enviament de cartes als titulars d'agències de viatge inscrites en el Registre de Turisme de la Comunitat Valenciana informant-los de l'aprovació, en el Consell, del decret pel qual s'aproven les bases reguladores i el procediment de concessió directa de les ajudes del programa "Bo Viatge Comunitat Valenciana" per a incentivar la demanda de serveis turístics interns en períodes d'estacionalitat davant dels negatius efectes socioeconòmics ocasionats per la COVID-19.

1.3.5. Tramitació de dispenses

La Llei 15/2018, 7 de juny, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana, introdueix com a novetat que les dispenses als establiments d'allotjament s'hauran d'obtenir amb caràcter previ a la presentació de la corresponent declaració responsable.

En aquest sentit, durant l'any 2020 s'han tramitat, tenint en compte el tipus d'allotjament, les dispenses relacionades en la taula següent:

	HOTELS	CÀMPINGS	ALLOTJAMENT RURAL
Dispenses	2	1	2

1.3.6. Informes emesos en compliment de la LOTUP

1. Informe, a sol·licitud de l'Ajuntament del Puig, sobre l'ús de l'alqueria de la Tanca, al terme municipal del Puig de Santa Maria.
2. Informe, a sol·licitud de la Direcció General de Medi Natural i d'Avaluació Ambiental de la Conselleria d'Agricultura, Desenvolupament Rural, Emergència Climàtica i Transició Ecològica, sobre el catàleg de proteccions de l'Ajuntament de Corbera.
3. Informe, a sol·licitud de l'Ajuntament de Gandia, sobre la modificació puntual de l'ordenació detallada del Pla general. Redistribució de zones verdes de la platja, C/ Legazpi.
4. Informe, a sol·licitud la Direcció General de Medi Natural i Avaluació Ambiental de la Conselleria d'Agricultura, Desenvolupament Rural, Emergència Climàtica i Transició Ecològica, sobre el procés d'avaluació ambiental del Pla d'ordenació dels recursos naturals de la serra Escalona i devesa de Campoamor (PORN).
5. Informe, a sol·licitud de la Dependència de l'Àrea d'Indústria i Energia de la Subdelegació del Govern a Castelló, sobre l'expedient d'autorització dels treballs de segellament i abandonament definitiu dels pous d'emmagatzematge de gas natural del projecte Castor, localitzats al mar Mediterrani, a 21,6 km de la localitat de Vinaròs.

1.4. TRAMITACIÓ DE RECURSOS

De conformitat amb la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques, es van tramitar i es van resoldre 11 recursos d'alçada i 1 recurs extraordinari de revisió.

1.5. NOVES TECNOLOGIES APLICADES A LA TRAMITACIÓ TURÍSTICA

1.5.1. Programa IMI

El Sistema d'Informació del Mercat Interior (IMI) és una eina electrònica desenvolupada per la Comissió Europea per a l'intercanvi d'informació entre les autoritats competents dels estats membres, que té com a objectiu garantir la supervisió de les activitats de prestació de serveis i de reconeixement de qualificacions professionals, per exemple, si un prestador de serveis està legalment establert en un altre estat membre, si està autoritzat per a exercir una determinada activitat, si un document ha sigut realment expedit per una autoritat competent, etc.

Amb la gestió d'aquesta eina es compleix l'obligació de cooperació administrativa establida en la Directiva 2006/123/CE, del Parlament Europeu i del Consell, relativa als serveis en el mercat interior.

Durant el 2020 es van fer cinc consultes, relatives al mòdul de qualificacions professionals per a procedir al reconeixement del títol de formació o certificat de competència, obtingut al país de la Unió Europea de la persona sol·licitant, per a exercir a la Comunitat Valenciana la professió de guia de turisme.

1.5.2. Tramitació telemàtica

En 2020 es van rebre un total de 3.469 sol·licituds de tramitació via telemàtica, la qual cosa suposa un increment respecte de l'any anterior de vora 122 sol·licituds. L'evolució de l'ús d'aquesta via ha sigut ascendent des que es va posar en funcionament.

Sol·licituds tramitades en 2020 segons la tipologia:

TIPUS DE TRAMITACIÓ TELEMÀTICA	NRE.	TIPUS DE TRAMITACIÓ TELEMÀTICA	NRE.
Establiments hotelers	107	Càmpings	28
Agències de viatges	485	Empreses turístiques de serveis complementaris	71
Establiments de restauració	162	Reclamacions a empreses turístiques	768
Empreses gestores d'habitatges turístics	95	Activitat de blocs i conjunts d'habitatges turístics	12
Empreses de turisme actiu	75	Professió de guia de turisme	0
Establiments d'allotjament rural	61	Aportació documentació	540
Activitat d'habitatges turístics	1.065		

1.5.3. Plataforma CUVT-i

La plataforma CUVT-i és una eina informàtica que facilita el procediment de comunicació telemàtica d'ús d'habitatges d'ús turístic a les empreses gestores.

Durant 2020, es van comptabilitzar les següents inscripcions en la plataforma:

PROVÍNCIES	EMPRESSES GESTORES	HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC	
	NRE.	ALTES	BAIXES
Alacant	32	4.348	1.259
Castelló	11	720	475
València	4	800	605
TOTAL	47	5.868	2.339

1.5.4. Formularis per a l'autodeclaració de tractament de dades personals

En el marc de col·laboració amb la Universitat de València i Presidència de la Generalitat Valenciana i prèvies les sessions informatives i de revisió corresponents, es van emplenar les autodeclaracions de dades personals del Registre de Turisme de la Comunitat Valenciana, de conformitat amb l'article 31.1 de la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals (LOPDGDD).

Durant 2020 s'ha mantingut la col·laboració amb la universitat citada.

1.5.5. Atenció a l'usuari: <contacta_turisme@gva.es>

La web institucional de Turisme CV posa a la disposició dels usuaris el correu electrònic <contacta_turisme@gva.es> per a consultes, peticions i sol·licituds d'informació sobre l'aplicació de les normes del sector turístic. Les consultes rebudes en 2020 per aquesta via han sigut:

CONSULTES REBUDES	NRE.
AGÈNCIES DE VIATGES	19
DISTINTIUS	2
EMPRESSES TURÍSTIQUES	138
PROFESSIONS TURÍSTIQUES GUIES DE TURISME	38
HABITATGES TURÍSTICS*	236
TOTAL PETICIONS I CONSULTES	433

1.6. PROFESSIONS TURÍSTIQUES - GUIES DE TURISME

1.6.1. Renovació d'acreditacions

D'acord amb el que s'estableix en l'article 6 del Decret 62/1996, de 25 de març, del Govern Valencià, pel qual s'aprova el reglament regulador de la professió de guia de turisme, l'acreditació de guia de turisme ha de renovar-se, en tot cas, cada cinc anys, comptats des de l'obtenció de l'acreditació, i, també, sempre que varie qualsevol dada que continga.

En desembre de 2020 hi havia inscrits 1.321 guies habilitats a la Comunitat Valenciana. Durant el 2020 es van tramitar 290 expedients d'acreditació a sol·licitud de l'interessat, motivats per renovacions, extraviaments o sostraccions. De la campanya iniciada en octubre de 2019 d'actualització dels guies habilitats que no havien renovat l'acreditació, a més d'aconseguir-se un gran nombre de les renovacions efectuades enguany, es van generar 43 resolucions de baixa, 36 de les quals ja no consten en actiu en el Registre i s'ha creat un nou arxiu de "Guies de turisme de baixa".

1.6.2. Guies habilitats per altres CA o països membres de la Unió Europea

En compliment del que s'estableix en el Decret 80/2014, de 6 de juny, del Consell, pel qual es determinen els òrgans competents a la Comunitat Valenciana per al reconeixement de qualificacions professionals obtingudes en altres països membres de la Unió Europea, i s'estableix el procediment d'acreditació i autenticació de títols i certificats de competència obtinguts a la Comunitat Valenciana, durant el 2020 es van dictar 4 resolucions de reconeixement de qualificació professional de guia de turisme habilitat, una a Àustria, una altra a Itàlia, una altra a França i una altra a Romania.

Es van obtenir dades dels guies habilitats per altres comunitats autònomes però amb residència a la Comunitat Valenciana a fi de possibilitar que consten en la base de dades de Turisme CV, juntament amb els guies habilitats en altres països membres de la Unió Europea als quals se'ls ha reconegut la qualificació professional per a establir-se a la Comunitat Valenciana.

1.6.3. Mesa de treball per a nova convocatòria de proves

Durant el 2020 es van mantindre dues reunions de treball sobre “COVID-guies” amb el sector de guies de turisme en relació amb la prestació del servei d'informació amb mesures restrictives COVID-19 i amb la nova convocatòria de proves d'habilitació de guia de turisme de la Comunitat Valenciana i proves d'ampliació d'idiomes per als guies ja habilitats per la Comunitat Valenciana.

1.6.4. Nova convocatòria de proves de guies habilitats

Durant el 2020 s'ha acabat la redacció de la resolució per la qual es convoquen les proves d'habilitació de guia de turisme de la Comunitat Valenciana i proves d'ampliació d'idiomes per als guies ja habilitats per la Comunitat Valenciana.

En aquesta resolució s'agilitzarà la presentació a la convocatòria mitjançant un nou tràmit GUC. A més, en aquesta nova convocatòria, una vegada elaborada la llista definitiva de persones candidates declarades aptes en idiomes, el tribunal convocarà els aspirants per a fer la prova tipus test i la prova oral de coneixements específics, i una vegada valorades les dues proves serà quan es publique la relació de persones aspirants declarades aptes o no aptes pel tribunal, amb les respectives puntuacions, a fi d'acurtar temps entre la prova tipus test i la prova oral.

S'han mantingut reunions amb el servei d'informàtica de Turisme Comunitat Valenciana per a gestionar la tramitació telemàtica de la presentació de sol·licituds de participació en les proves.

S'ha confeccionat una llista amb les dades de 192 persones interessades a participar en les noves proves a les quals se'ls comunicarà via correu electrònic la publicació de la convocatòria en el moment que es produïska.

2

ASSISTÈNCIA I INSPECCIÓ TURÍSTICA



2.1. INSPECCIÓ TURÍSTICA

2.1.1. Gestió de reclamacions i inspecció

Amb l'objectiu d'eleva la qualitat de l'oferta existent assegurant l'esmena de les possibles deficiències o irregularitats que puguen sorgir, així com de garantir l'adequat compliment de les obligacions envers les persones usuàries de serveis turístics i detectar les activitats que operen en la clandestinitat, durant l'exercici 2020 s'han dut a terme les accions següents:

a. Gestió de reclamacions: S'han rebut i tramitat 744 reclamacions d'usuaris turístics amb el desglossament següent:

ALACANT	373
VALÈNCIA	139
CASTELLÓ	232

b. Inspeccions: Respecte a l'activitat inspectora, s'han dut a terme 1.261 actuacions, repartides com s'indica a continuació:

ALACANT	433
VALÈNCIA	452
CASTELLÓ	376

c. El nombre de consultes rebudes en relació amb reclamacions i denúncies a través de contacta_turismo@gva.es és de 29.

2.1.2. Pla d'inspecció 2020

Des dels serveis centrals anualment es dissenyen els plans d'inspecció d'acord amb les necessitats de cada activitat turística i els recursos personals disponibles, entre els quals destaca la campanya especial de sensibilització contra l'intrusisme en apartaments turístics, amb accions centrades principalment en actuacions de la Inspecció en línia relacionades amb els grans portals de reserves, nacionals i internacionals.

En el 2020 es va aprovar el Pla d'inspecció de Turisme mitjançant una resolució del director general de Turisme, amb data 18 de febrer. Aquest pla recull els programes que ha de dur a terme la Inspecció al llarg de tot l'any, de manera que es garantisca una adequada planificació inspectora i la consecució d'objectius, d'acord amb el que s'estableix en la Llei 15/2018, de 7 de juny, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana i en el decret 15/2020, de 31 de gener, del Consell, de disciplina turística a la Comunitat Valenciana.

En l'article 7 del decret esmentat es recull la divisió del Pla d'inspecció en dues parts:

1. Pla general
2. Plans especials

D'altra banda, cal tindre present el caràcter excepcional de la situació de la crisi sanitària ocasionada per la COVID-19, fet va comportar que, en el mes de març, el Govern, per mitjà del Reial decret 463/2020, de 14 de març, per a la gestió de la situació de crisi sanitària, decretara l'estat d'alarma i successives pròrrogues, i això va derivar en la paralització de l'activitat inspectora fins al final d'aquest, el 21 de juny de 2020.

Com a conseqüència d'això, es va procedir a reajustar el Pla d'inspecció 2020: es van reduir les actuacions previstes i fins i tot es van paraitzar determinats programes, que es duran a terme en el futur pla d'inspecció per a l'any 2021.

PLA GENERAL

ACTUACIONS DEL PLA GENERAL	PREVISIONS PLA 2020	REAJUSTAMENT DEL PLA 2020	EXECUCIÓ	%
Programa de comprovació i control d'activitats i empreses turístiques derivades de la Llei 17/2009	No és possible quantificar <i>a priori</i> el nombre d'actuacions que s'han de dur a terme, ja que depén de les declaracions responsables.	Es manté.	Nre. d'actuacions realitzades: 1.260	100 %
Programa de qualitat i competitivitat en hotels: comprovació de resultats després de la informació realitzada del Decret 2/2017	Nre. d'hotels de 3 estrelles a comprovar: - València: 17 - Alacant: 56 Nre. d'hotels de 2 estrelles a comprovar: - València: 19 - Castelló: 39	- València: 18 hotels de 2 i 3 estrelles (50 %) - Alacant: només comprovar requeriments - Castelló: 40 hotels de 2 estrelles (100 %)	València: 15 (12 de 2 estrelles i 3 de 3 estrelles) Alacant: 66 de 2 i 3 estrelles Castelló: 40 hotels de 2 estrelles (100 %)	100 %
Programa d'actualització del Registre d'allotjaments turístics rurals a l'interior de la Comunitat Valenciana	Nre. d'allotjaments turístics rurals a comprovar: - València: 58 - Alacant: 22 - Castelló: 26	València: 36 (50 %) Alacant: 22 (100 %) Castelló: 26 (100 %)	- València: 14 - Alacant: 15 - Castelló: 34	75 %
Programa de comprovació i verificació en blocs i conjunts d'habitatges turístics	Nre. de blocs i conjunts d'habitatges turístics a comprovar: - Alacant: 3 - València: 2	Es manté	- Alacant: 3 - València: 2	100 %

PLANS ESPECIALS

ACTUACIONS PLANS ESPECIALS	PREVISIONS PLA 2020	REAJUSTAMENT AL PLA 2020	EXECUCIÓ	%
Programa sector càmpings de turisme	Nre. d'establiments en què verificar els sistemes d'evacuació i vies d'emergències, les modificacions de capacitat i distintiu: - València: 17 - Alacant: 16 - Castelló: 10	Es manté	Nre. d'establiments que s'han verificat: - València: 15 - Alacant: 10 - Castelló: 7	75 %
Programa actualització Registre habitatges turístics	Depuració i actualització de la situació dels habitatges turístics inscrits en el Registre d'empreses, establiments i professions turístiques. - València: 713 - Alacant: 1.500 - Castelló: 1.036	S'ajorna l'execució per al Pla 2021		-
Programa d'intrusisme: campanya de sensibilització d'intrusisme en apartaments turístics i sorgiment d'oferta no declarada	Campanya estival de sensibilització de les empreses gestores i dels gestors dels canals de comercialització en Internet. Ampliació d'actuacions bilaterals amb ajuntaments turístics.	Actuacions en línia i tramitació de denúncies i reclamacions	- València: 43 - Alacant: 67 - Castelló: 29	100 %

ACTUACIONS PLANS ESPECIALS	PREVISIONS PLA 2020	REAJUSTAMEN T AL PLA 2020	EXECUCIÓ	%
Programa d'intrusisme: campanya especial de sensibilització contra l'intrusisme en l'activitat de guies de turisme	Nre. de visites d'inspecció a llocs més emblemàtics per a comprovar <i>in situ</i> l'habilitació com a guia turístic de les persones que efectuen visites turístiques: - València: 8 - Alacant: 8 - Castelló: 3	Es manté.	València: 8 actuacions, plaça de la Mare de Déu, la Llotja, mercat Central, zona torres de Serrans i catedral. No s'ha detectat cap activitat de guies de turisme sense habilitació. Alacant: 8 actuacions. Conjunt historicoartístic, castell del Castell de Guadalest. No s'ha detectat cap activitat de guies de turisme sense habilitació. Castelló: Com que no hi ha hagut denúncies, no s'ha produït cap actuació per part dels agents de la Inspecció.	100 %
Campanya agències de viatges: campanya especial d'informació dirigida a agències de viatges i curs específic de formació	1. Realització d'un curs de formació dirigit als funcionaris amb competències en matèria d'agències de viatges, que s'ha d'organitzar de forma coordinada amb l'IVAP. 2. Millora en el disseny d'una fitxa o dossier informatiu conjuntament amb els serveis territorials. 3. Continuïtat de la comunicació a les associacions, agències i usuaris.	Es manté el curs de forma telepresencial.	1. S'ha dut a terme de forma coordinada amb l'Institut Valencià d'Administració Pública (IVAP), el curs "Nova regulació sobre els viatges combinats i serveis vinculats", els dies 2, 3 i 4 de novembre de forma telepresencial per a més de 30 funcionaris dels serveis territorials i centrals. Hi van intervindre com a ponents el catedràtic de Dret Civil de la Universitat de Castella- la Manxa i representants de l'Associació de Consumidors i Usuaris de la Comunitat Valenciana (AVACU). 2. Se n'ha millorat el dossier. 3. S'ha comunicat a les associacions, agències i usuaris.	100 %

Campanya agències de viatges: campanya d'informació i comprovació de la substitució de la garantia subscrita, d'acord amb el nou Decret 101/2018, de 27 de juliol, del Consell, pel qual s'aprova el Reglament d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana	Nre. d'agències de viatges pendents de procedir al canvi de garantia: - València: 48 - Alacant: 70 - Castelló: 1	Es manté.	Substitució de la garantia per les agències de viatges que estaven pendents de fer-ho d'acord amb el Decret 101/2018.	100 %
Campanya de turisme actiu: comprovació i vigència del contracte d'assegurança de responsabilitat civil	Nre. de verificacions: 81 - València: 11 - Alacant: 44 - Castelló: 30	Es manté.	- València: 11 - Alacant: 44 - Castelló: 30	100 %

ACTUACIONS PLANS ESPECIALS	PREVISIONS PLA 2020	REAJUSTAMEN T AL PLA 2020	EXECUCIÓ	%
Campanya de turisme actiu: formació inspectors de Turisme en turisme actiu	Curs de formació dirigit als funcionaris amb competències en matèria de turisme actiu impartit per membres de l'associació Comunitat Valenciana Activa (CV ACTIVA). Té la finalitat de dotar el personal de turisme dels coneixements tècnics específics de les activitats recollides en el Decret 22/2012, de 27 de gener, del Consell, regulador del turisme actiu a la Comunitat Valenciana, que permeten resoldre els dubtes tècnics o d'actuació davant de situacions diverses.	Se n'ajorna l'execució a 2021.		-
Campanya de turisme actiu: actuació de comprovació <i>in situ</i> contra l'intrusisme en turisme actiu	En col·laboració amb CV ACTIVA s'establiran tres punts de control en diversos paratges de la Comunitat on es duen a terme en temporada activitats de turisme actiu i que per les seues característiques siguen susceptibles de dur a terme l'actuació. Amb la col·laboració de la Unitat Adscrita de la Policia Nacional s'identificaran les empreses i es verificarà el compliment dels requisits exigibles d'acord amb el Decret 22/2012, que s'ha esmentat.	Se n'ajorna l'execució a 2021.		-

ACTUACIONS PLANS ESPECIALS	PREVISIONS PLA 2020	REAJUSTAMEN T AL PLA 2020	EXECUCIÓ	%
Programa especial d'exploració de dades d'habitatges turístics comercialitzats per Internet	1. Analitzar les tendències i característiques d'aquest mercat d'allotjament, incloent-hi dades d'ocupació, preus i localització espacial de l'oferta. 2. Obtindre informació rellevant sobre coincidències i discrepàncies dels habitatges comercialitzats en Internet amb la informació que figura en el Registre i dotar, així, la Inspecció de Turisme de noves eines per a la depuració i actualització d'aquest registre i per a la lluita contra l'intrusisme. 3. Lliurament del treball per part de l'empresa amb caràcter mensual. L'empresa externa Guadaltel, adjudicatària del contracte de serveis en 2019, ha continuat al llarg de 2020 amb la remissió de les llistes i la consegüent depuració del Registre de Turisme, fet que ha permés que l'oferta d'habitatges turístics s'acoste més a la realitat del mercat i que aflore l'oferta clandestina d'aquest sector.	Es manté.	Com a conseqüència de la informació facilitada per l'empresa Guadaltel s'han efectuat requeriments a les plataformes d'Internet per a eliminar ofertes de lloguer d'habitatges turístics, que es publiciten i es comercialitzen en les seues webs, sense el número d'inscripció del Registre de Turisme o bé amb signatures que no s'ajusten a la realitat. - Airbnb Marketing and Services SLU • València: 3.767 habitatges • Castelló: 2.080 habitatges - Rentalia Holidays SL • Castelló: 105 habitatges - HomeAway SL • València: 544 habitatges • Castelló: 83 habitatges - Booking Hispania SL • València: 306 habitatges • Alacant: 89 habitatges • Castelló: 36 habitatges Durant l'any han anat disminuint en les	100 %

Programa especial d'exploració de dades d'habitatges turístics comercialitzats per Internet			plataformes d'Internet els habitatges turístics que es publicitaven sense número de registre, excepte la plataforma Airbnb. Actuacions específiques de diligències prèvies en relació amb les plataformes d'Internet, se n'han fet: 4 a València a les plataformes següents: - Airbnb Marketing and Services, SLU Notificacions electròniques rebutjades tant del 1r requeriment com del 2n. - Rentalia Holidays, SL Requeriment, esmena i arxiu. - HomeAway, SL Després de requeriments indiquen que no són subjectes responsables. Arxiu. - Booking Hispania, SL Requeriment per signatures falses, esmena i arxiu. 3 a Castelló - Homeaway Spain - Locajava.com - Youbid, SL traventia.com (Amb resultat d'arxiu per esmena en els 3 casos.)	
--	--	--	---	--

2.1.3. Tramitació d'expedients sancionadors i recursos

De conformitat amb la Llei 39/2015 d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques, i la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic, el nombre d'expedients sancionadors que s'han gestionat a la Comunitat Valenciana és el següent:

PROVÍNCIA	2020
ALACANT	0
CASTELLÓ	2
VALÈNCIA	8
TOTAL	10

S'han presentat i resolt d'acord amb l'article 121 de la Llei 39/2015 d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques, els recursos d'alçada següents:

PROVÍNCIA	2020
ALACANT	0
CASTELLÓ	0
VALÈNCIA	1
TOTAL	1

2.1.4. Aplicació corporativa sancionadora

La Comissió Tècnica per a la Millora de la Qualitat dels Serveis Públics (COSMIQ), va crear el 28 de febrer de 2017 un grup tècnic de treball l'objectiu del qual era l'elaboració d'una aplicació sancionadora corporativa per a tota la Generalitat.

Una vegada acabada la part general de l'aplicació per a tota la Generalitat, al final de 2018, i en coordinació amb la Direcció General de les Tecnologies de la Informació i les Comunicacions (DGTIC), es va procedir a la implementació de la part específica relativa a les diligències prèvies i expedients sancionadors corresponents a Turisme.

Finalment, l'abril de 2019, es va iniciar la posada en marxa de l'aplicació sancionadora als serveis territorials de Turisme i a la Direcció General, la qual cosa ha generat que sorgisquen incidències que al llarg de 2019 la DGTIC ha anat solucionant.

Durant el 2020 la DGTIC ha resolt la totalitat de les incidències enviades i tramitades a través de MASTIN, aplicació corporativa sancionadora que s'ha consolidat com l'eina que permet la tramitació dels procediments administratius sancionadors i de les reclamacions o denúncies d'una

manera més àgil, així com una major explotació de les dades, fet que afavoreix l'elaboració d'estadístiques i llistes amb amplis paràmetres d'elecció, fulls de càlcul, etc.

2.1.5. Renovació parc mòbil Inspecció de Turisme

La funció fonamental de la Inspecció de Turisme és la vigilància i comprovació del compliment de les disposicions legals en matèria turística per part de les empreses turístiques i de les persones prestadores de serveis turístics, la qual cosa comporta la necessitat de fer inspeccions i investigar fets que sovint impliquen el desplaçament i accés als establiments i dependències de les empreses turístiques.

A causa de l'antiguitat dels cotxes (n'hi ha algun que té més de 14 anys), durant l'exercici 2020, seguint el que estableix la Direcció General de Racionalització i Centralització de la Contractació del Ministeri d'Hisenda, s'ha efectuat la compra centralitzada de 6 vehicles Fiat Panda City Cross Hi.

2.2. DECLARACIONS D'INTERÉS TURÍSTIC

De conformitat amb el Decret 119/2006, de 28 de juliol, del Consell, regulador de les declaracions de festes, itineraris, publicacions i obres audiovisuals d'interés turístic de la Comunitat Valenciana, en l'exercici 2020, s'han dut a terme 52 declaracions de festes d'interés turístic, 6 de les quals són festes d'interés turístic autonòmic, 7 són festes d'interés turístic provincial i 39 són festes d'interés turístic local.

Es van desestimar 18 sol·licituds de festes per informe desfavorable, totes d'àmbit local.

Queden pendents de resoldre 2 festes d'interés turístic provincial i 1 festa d'interés turístic local.

FESTES DECLARADES		ALACANT	CASTELLÓ	VALÈNCIA	
AUTONÒMIC	6	5	1	0	
PROVINCIAL	7	2	3	2	
LOCAL	39	7	15	17	52

FESTES DESESTIMADES		ALACANT	CASTELLÓ	VALÈNCIA	
AUTONÒMIC	0	0	0	0	
PROVINCIAL	0	0	0	0	
LOCAL	18	1	5	12	18

2.2.1. Festes d'interés turístic autonòmic

Fiestas del Medievo de Villena (Alacant). Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 30 de gener de 2020 (DOGV 10-02-2020).

Festes i Fira en Honor de Santa Maria Magdalena de Banyeres de Mariola (Alacant). Declarada

festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 22 d'abril de 2020 (DOGV 27-04-2020).

Setmana Santa de Vila-real (Castelló). Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 05 de maig de 2020 (DOGV 07-05-2020).

Fallas de Elda (Alacant). Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 21 de maig de 2020 (DOGV 25-05-2020).

Festes de Moros i Cristians de Mutxamel (Alacant). Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 09 de novembre de 2020 (DOGV 16-11-2020).

Fiestas de Moros y Cristianos de Novelda (Alacant). Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 18 de novembre de 2020 (DOGV 24-11-2020) (DOGV 02-12-2020).

2.2.2. Festes d'interés turístic provincial

Escenificació de Dijous Sant: Judici i Crucifixió de Jesús al Calvari de Rojales (Alacant). Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 06 de febrer de 2020 (DOGV 17-02-2020) (DOGV 03-03-2020).

Festa de Sant Roc de Serra (València). Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 07 de maig de 2020 (DOGV 11-05-2020).

Festes de la Relíquia de Sant Jordi de Banyeres de Mariola (Alacant). Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 15 de maig de 2020 (DOGV 19-05-2020).

La Setmana Santa d'Oliva (València). Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 30 de juliol de 2020 (DOGV 03-08-2020).

Fira i Festes de Sant Joan i Sant Pere de Vinaròs (Castelló). Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 08 de setembre de 2020 (DOGV 16-09-2020).

Festes dels Sants de la Pedra de la Vilavella (Castelló). Declarada festa d'interés turístic provincial per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 15 de desembre de 2020 (DOGV 29-12-2020).

Festa la Vila de la Vilavella (Castelló). Declarada festa d'interés turístic provincial per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 22 de desembre de 2020 (DOGV 28-12-2020).

2.2.3. Festes d'interés turístic local

Falles de Nàquera (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 23 de desembre de 2020 (DOGV 29-12-2020).

Festes Patronals dels Ivarsos de la Serra d'en Galceran (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 23 de desembre de 2020 (DOGV 29-12-2020).

Festes Patronals de la Serra d'en Galceran (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 03 de febrer de 2020 (DOGV 10-02-2020).

Sant Antoni de Vistabella del Maestrat (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 03 de febrer de 2020 (DOGV 10-02-2020).

Festes Patronals de la Mare de Déu de la Cova Santa de Beniarrés (Alacant). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 05 de febrer de 2020 (DOGV 17-02-2020).

Festes Patronals de Montitxelvo (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 20 de febrer de 2020 (DOGV 09-03-2020).

Festes de Maig inclosa la Romeria de Sant Isidre de Salinas (Alacant). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 14 de febrer de 2020 (DOGV 03-03-2020).

Festes de Sant Antoni a la Serra d'en Galceran (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 20 de febrer de 2020 (DOGV 09-03-2020).

Festes de Sant Antoni als Ivarsos de la Serra d'en Galceran (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 28 de febrer de 2020 (DOGV 09-03-2020).

Foguera de la Verge dels Dolors de Biar (Alacant). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 19 de febrer de 2020 (DOGV 10-03-2020).

Festa de la Nit de Reis de la Serra d'en Galceran (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 24 de febrer de 2020 (DOGV 10-03-2020).

Festes de Santa Llúcia de Banyeres de Mariola (Alacant). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 26 de febrer de 2020 (DOGV 11-03-2020).

Festes Patronals Algímia d'Alfara (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 28 de febrer de 2020 (DOGV 11-03-2020).

Festes Patronals i de Moros i Cristians d'Aielo de Malferit (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 10 de març de 2020 (DOGV 26-03-2020).

Festivitat de Sant Isidre Llauredor de Beneixama (Alacant). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 10 de març de 2020 (DOGV 26-03-2020).

Festes Moros, Cristians i Contrabandistes de la Font de la Figuera (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 10 de març de 2020 (DOGV 26-03-2020).

Festes Patronals de Sant Blai de Jalance (València). Declarada festa d'interés turístic local de la

Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 10 de març de 2020 (DOGV 26-03-2020).

Festes a Sant Antoni Abat del Barri de l'Ermiteja d'Ontinyent (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 10 de març de 2020 (DOGV 26-03-2020).

Mostra d'Oficis Tradicionals Sant Jordi (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 24 d'abril de 2020 (DOGV 28-04-2020).

Sant Antoni en Campell de La Vall de Laguar (Alacant). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 24 d'abril de 2020 (DOGV 28-04-2020).

Festes Patronals de Benavites (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 24 d'abril de 2020 (DOGV 28-04-2020).

Festes de Sant Blai de La Salzedella (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 12 de maig de 2020 (DOGV 14-05-2020).

Castell de Focs d'Artifici de 24 d'agost de Godella (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 28 de maig de 2020 (DOGV 01-06-2020).

Festivitat de Sant Andreu d'Ayora (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 11 de juny de 2020 (DOGV 19-06-2020).

Festes Patronals de Benissoda (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 16 de juny de 2020 (DOGV 19-06-2020).

Festa de Sant Antoni de Calles (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 17 de juny de 2020 (DOGV 19-06-2020).

Festes a Sant Pere Apòstol de Moixent (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 16 de juny de 2020 (DOGV 22-06-2020).

Festivitat de Sant Antoni Abat de Costur (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 03 de juliol de 2020 (DOGV 07-07-2020).

Festa de Pasqua de Millars (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 08 de juliol de 2020 (DOGV 21-07-2020).

Festes patronals de Costur (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 03 de juliol de 2020 (DOGV 24-07-2020).

Festes en Honor a Sant Antoni Abat de Matet (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 23 de juliol de 2020 (DOGV 30-07-2020).

Setmana Santa Ontinyent (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat

Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 04 d'agost de 2020 (DOGV 07-08-2020).

Sant Antoni Abat de Benissuera (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 08 de setembre de 2020 (DOGV 16-09-2020).

Festes de la Mare de Déu dels Desemparats de Gaibiel (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 08 de setembre de 2020 (DOGV 16-09-2020).

Festes Patronals de l'Alqueria de la Comtessa (València). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 06 d'octubre de 2020 (DOGV 20-10-2020).

Festa dels Nanos de Cocentaina (Alacant). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 26 d'octubre de 2020 (DOGV 02-11-2020).

Festes de Sant Antoni de la Vilavella (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 27 de novembre de 2020 (DOGV 04-12-2020).

Festes Patronals Sant Antoni de Pàdua de Sot de Ferrer (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 10 de desembre de 2020 (DOGV 16-12-2020).

Festes de la Cova Santa de la Vilavella (Castelló). Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de Turisme, amb data 23 de desembre de 2020 (DOGV 29-12-2020).

2.2.4. Festes d'interés turístic nacional i internacional declarades per l'Administració general de l'Estat

El 7 d'agost de 2019 es va publicar en el BOE l'Ordre ICT/851/2019, de 25 de juliol, per la qual es regula la declaració de festes d'interés turístic nacional i internacional. A l'empara de la nova normativa, es procedeix a elaborar l'informe preceptiu de les festes de competència de la Secretaria d'Estat de Turisme del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme.

Amb el desglossament següent, 2 informes favorables de festa d'interés turístic de caràcter nacional.

FESTES DE L'ESTAT	ALACANT	CASTELLÓ	VALÈNCIA
INTERNACIONAL	0	0	0
NACIONAL	1	0	1

Resolució de 16 de novembre de 2020, de la Secretaria d'Estat de Turisme, per la qual es concedeix el títol de festa d'interés turístic nacional a la festa "Moros y Cristianos" d'Elda (Alacant). (BOE 01-12-2020)

Falles de Gandia (València). Sense resolució.

2.3. RECONeixEMENT DE LA CONDICIÓ DE MUNICIPI TURÍSTIC

El 17 de gener de 2020 es va publicar en el DOGV el Decret 5/2020, de 10 de gener, del Consell, de regulació de l'Estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana, norma que es dicta en desplegament de la Llei valenciana de turisme, oci i hospitalitat i té per objecte regular els criteris que han de complir i les obligacions que han d'assumir els municipis per a obtenir i mantindre la consideració de municipi turístic, així com els drets que aquest reconeixement comprén.

De conformitat amb la nova regulació, en l'exercici 2020 s'han rebut 6 sol·licituds, de les quals se n'ha concedit 1 i se n'han denegat 3.

Queden pendents de resoldre 2 sol·licituds.

MUNICIPI TURÍSTIC	ALACANT	CASTELLÓ	VALÈNCIA
CONCEDIT	1	0	0
DENEGAT	0	1	2

RESOLUCIÓ de 10 de setembre de 2020, de la Presidència de la Generalitat, per la qual s'atorga el reconeixement de la condició de municipi turístic de la Comunitat Valenciana a l'Ajuntament de Benidorm (DOGV 16-09-2020).

2.4. PLANS DE DINAMITZACIÓ I GOVERNANÇA TURÍSTICA

Per tal de mantindre la competitivitat de la nostra oferta turística i la seua posició en el mercat nacional i internacional és imprescindible crear una estratègia conjunta de les administracions públiques i del sector privat que cristal·litze en l'assumpció de compromisos concrets per part dels agents que intervenen en la configuració i l'oferta dels serveis turístics.

Amb aquesta finalitat, la Generalitat, a través de Turisme Comunitat Valenciana, va llançar l'any 2016 la iniciativa dels plans de competitivitat turística de les destinacions de la Comunitat Valenciana, actualment anomenats plans de dinamització i governança turística, oberts a diverses fórmules de col·laboració publicoprivada amb les diputacions provincials, ens locals i associacions empresarials del sector turístic.

Aquests plans persegueixen donar valor als factors ambientals, econòmics i socioculturals des d'una perspectiva integral, així com aconseguir una millor distribució de l'activitat turística en el territori valencià, i contribuir així al reequilibri entre els espais litorals més dinàmics i aquells d'interior susceptibles de més desenvolupament turístic.

Els plans s'articulen, al llarg d'un període de tres anys, a través de convenis entre Turisme Comunitat Valenciana, les diputacions provincials, les mancomunitats i les associacions empresarials turístiques.

El cost dels plans es finança a parts iguals per les administracions signants: Turisme Comunitat Valenciana, diputacions provincials i les mancomunitats o associacions intervinents.

En l'exercici 2020 es van pressupostar **18 PLANS DE DINAMITZACIÓ I GOVERNANÇA TURÍSTICA**:

ALACANT

- Consorci per al Desenvolupament Econòmic del Baix Segura-CONVEGA-
- Patronat Provincial de Turisme de la Costa Blanca

CASTELLÓ

- Associació Intermunicipal Catí, Culla, Benassal i Ares del Maestrat
- Mancomunitat Intermunicipal de l'Alt Palància
- Mancomunitat Comarcal Els Ports
- Mancomunitat Espadà-Millars
- Associació Intermunicipal de Municipis de Penyagolosa
- Consorci del Pacte Territorial per a la Creació d'Ocupació de la Plana Baixa
- Associació Intermunicipal de Dinamització i Promoció de la Plana de l'Arc
- Associació de Promoció Turística Terres del Maestrat, Ànima Interior

VALÈNCIA

- Ajuntament de Sagunt- Camp de Morvedre
- Mancomunitat Foia de Bunyol- Xiva
- Mancomunitat de Municipis la Costera- Canal
- Mancomunitat de l'Interior Terra del Vi
- Mancomunitat de la Canal de Navarrés
- Mancomunitat del Carraixet
- Mancomunitat Camp de Túria
- Mancomunitat de Municipis de la Safor

D'aquests, s'han formalitzat tots excepte quatre que han renunciat, que són els següents:

- Patronat Provincial de Turisme de la Costa Blanca
- Mancomunitat del Carraixet
- Mancomunitat Camp de Túria
- Mancomunitat de Municipis de la Safor

A continuació es detalla, per a cada un dels convenis signats, un resum de les actuacions més rellevants que contenen:

PROVÍNCIA D'ALACANT

CONSORCI PER AL DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC DEL BAIX SEGURA-CONVEGA-

S'inicia aquest pla com a primera actuació, amb el disseny de la imatge gràfica de la marca per al Baix Segura i tot el relacionat amb la comarca: creació d'un manual d'aplicació de la marca, crida a projecte, productes de promoció i marxandatge de la marca.

Destaquen també les accions d'adequació i senyalització de sendes PR, millora de l'accessibilitat i millora en la senyalització existent. A més, s'ha desenvolupat un banc d'imatges i vídeos de les

rutes de senderisme.

Finalment, s'ha dut a terme l'actualització de l'inventari dels recursos turístics del Baix Segura en format digital i s'ha creat un banc d'imatges dels recursos naturals i culturals, paisatgístics i territorials de la comarca.

PROVÍNCIA DE CASTELLÓ

ASSOCIACIÓ INTERMUNICIPAL CATÍ, CULLA, BENASSAL I ARES DEL MAESTRAT

En aquest nou exercici s'ha impulsat principalment el turisme gastronòmic, esportiu i de naturalesa, i s'ha contractat una empresa per a dur a terme les estratègies en xarxes socials, web, perfils, així com les campanyes de publicitat en ràdio i premsa.

En resum, les accions han sigut la creació d'una ruta senyalitzada cicloturista i la millora dels panells i marquesines de les rutes senderistes dels municipis de l'associació. No s'ha pogut celebrar l'MBT Alt Maestrat a causa de la crisi sanitària. S'han editat fullets amb les rutes i plànols dels municipis.

Quant al producte gastronòmic, s'ha elaborat un pla director de turisme gastronòmic i s'han celebrat diversos esdeveniments de promoció dels productes de proximitat: tastos, degustacions i *showcookings*. Cal esmentar l'acció d'ajuda als restaurants locals per a la digitalització i producció de les cartes i els menús en format QR.

S'han actualitzat els continguts de les pantalles tàctils que estan instal·lades en cada un dels municipis que conformen l'associació.

MANCOMUNITAT INTERMUNICIPAL DE L'ALT PALÀNCIA

S'ha dut a terme un pla d'interpretació i senyalització turística intel·ligent mitjançant balises i la seua aplicació per a dispositius mòbils, que envia al turista informació contextualitzada segons el lloc on es trobe.

Una altra actuació ha sigut la referida als esdeveniments agroalimentaris, amb la qual cosa es dona valor als productes de destinació; s'han celebrat tastos, degustacions, *showcookings* i xarrades.

S'han dut a terme accions formatives i de sensibilització amb empresaris per a implementar un club de producte turístic.

S'ha contractat una agència de comunicació per a dur a terme les estratègies de comunicació i publicitat, gestió de xarxes, etc. S'han fet publireportatges i una emissió en televisió local. Dins dels suports de marxandatge, s'han subministrat màscares i bosses amb els logos dels plans.

Finalment, s'ha dut a terme un projecte de senyalització de rutes de bicicletes i vianants.

MANCOMUNITAT COMARCAL ELS PORTS

Per a la modernització de museus i punts d'informació s'han subministrat portàtils i projectors i pantalles de TV entre els municipis que integren la mancomunitat.

S'ha redissenyat i produït nou material de promoció, amb traducció a altres idiomes.

En relació a les actuacions referides a sendes: Redacció del projecte tècnic per a l'adequació i ampliació del GR-331 i la senyalització, tematització i homologació d'aquest.

Una altra actuació ha sigut l'adequació del web promocional i la realització d'una campanya de màrqueting en línia.

Quant als esdeveniments esportius programats, a causa de la COVID-19, només se n'han pogut celebrar alguns.

S'ha contractat una empresa per al desplegament del Pla director de turisme gastronòmic, dins del qual s'han dut a terme accions de sensibilització i adhesió d'empreses, així com de formació a aquestes

Finalment, la producció i el subministrament de senyalització amb monòlits corporatius per als nous municipis de la mancomunitat.

MANCOMUNITAT ESPADÀ-MILLARS

Contractació d'una empresa per a la implementació del Pla de destinació turística intel·ligent, amb l'objectiu d'utilitzar la innovació i avantguarda tecnològica per a millorar les experiències oferides al turista.

Pla director de turisme gastronòmic, que bàsicament ha consistit en programes de sensibilització, adhesió, formació i assistència a empreses del territori.

Adequació i homologació de la senda GR-333.

Actuacions de turisme actiu: Barranquisme: Senyalització i adequació de 18 barrancs i 5 llits per a *trekking* fluvial, amb elaboració d'una guia en PDF i vídeo promocional. Escalada i vies ferrades: S'han condicionat i equipat 3 vies ferrades.

Referent a la campanya de comunicació, se n'han realitzat diversos publireportatges en revistes i xarxes. També s'ha desenvolupat una campanya de màrqueting en línia, amb una important projecció en Facebook.

ASSOCIACIÓ INTERMUNICIPAL DE MUNICIPIS DEL PENYAGOLOSA

Amb un alt grau d'execució, enguany s'han implementat 8 rutes de bicicletes i vianants que milloren la posada en valor turístic dels espais naturals, com ara la Ruta de la Cova a Villahermosa o la Ruta de la Metal·lúrgia de l'Alcalatén.

Dins del Pla de sensibilització, s'han organitzat reunions amb els ajuntaments dels municipis integrants del pla, per a informar-los dels beneficis del PDGT.

Com a suports de difusió de la marca turística, s'han subministrat mascaretes amb els logotips del pla.

Una altra actuació ha sigut l'elaboració d'un pla de comunicació i posicionament que ha consistit a implementar un pla de comunicació en les principals destinacions emissores.

I com a última actuació, s'ha creat un portal web turístic.

CONSORCI DEL PACTE TERRITORIAL PER A LA CREACIÓ D'Ocupació DE LA PLANA BAIXA

Aquesta primera anualitat s'ha centrat majorment en el disseny de les actuacions que es desenvoluparan en els pròxims exercicis:

Disseny de la xarxa de rutes i sendes Sud de Castelló per a crear una xarxa de sendes que connecten tots els municipis que integren el Consorci.

Estudi i recuperació d'espais naturals i patrimonials, com per exemple el patrimoni bèl·lic de la batalla de Llevant, potenciació del *birdwatching*, el patrimoni agrícola i hidràulic.

Disseny d'un pla estratègic de turisme Sud de Castelló.

Disseny i posada en marxa d'un pla de sensibilització i creació del club de producte turístic. Disseny de paquets turístics. Creació d'un banc de material fotogràfic i audiovisual. També s'ha contractat una empresa per al desenvolupament d'un portal turístic, una campanya de màrqueting web i xarxes socials.

I finalment, un pla de comunicació per al disseny i execució d'un pla de mitjans.

ASSOCIACIÓ INTERMUNICIPAL DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ DE LA PLANA DE L'ARC

En aquest primer exercici s'ha començat amb l'elaboració d'un pla de màrqueting i un pla de sensibilització celebrant reunions en tots els pobles amb els empresaris per a implicar-los i il·lusionar-los, així com una jornada amb l'objectiu de reforçar la Plana de l'Arc com a destinació sostenible i destinació *slow*. També s'ha contractat una empresa per a elaborar un manual de club de producte, en què es prioritzarà el producte sostenible.

Quant a les actuacions de comunicació, promoció i màrqueting, s'ha creat una marca d'identitat corporativa que identifica tots els pobles de l'Associació Plana de l'Arc.

S'ha dissenyat i produït material de promoció (guies, plans, fullets, etc.) amb temàtica que abasta patrimoni, cultura, gastronomia, rutes, turisme actiu, etc., així com material de marxandatge i fotogràfic, entre altres. D'igual manera, les xarxes socials s'han centrat en Facebook i Instagram, a més de programes de ràdio i premsa.

Finalment, en l'actuació referida a sistemes d'informació no presencial, en aquesta primera fase s'ha començat l'execució del web turístic i la creació de codis QR.

ASSOCIACIÓ DE PROMOCIÓ TURÍSTICA TERRES DEL MAESTRAT, ÀNIMA INTERIOR

La primera actuació ha sigut un pla de sensibilització, amb jornades i campanyes de difusió en diferents mitjans per a informar de la implantació del PDGT i de les actuacions que es desenvoluparan.

S'ha contractat una empresa per a l'elaboració del Pla de màrqueting turístic, la primera acció del qual ha sigut la instal·lació de cartells de benvinguda en els accessos a cada municipi.

Suports i eines d'informació: S'han instal·lat pantalles tàctils d'informació turística. S'ha implantat una app turística gamificada, en la línia de DTI. Una altra acció ha sigut el motor de reserves, que facilitarà al turista la gestió de les seues reserves.

Comunicació, promoció i màrqueting que ha consistit en l'edició de suports de comunicació: marxandatge, mapes, vídeos promocionals, banc d'imatges, etc.

Finalment, el Pla de mitjans de comunicació i xarxes socials.

PROVÍNCIA DE VALÈNCIA

SAGUNT- CAMP DE MORVEDRE

Enguany s'ha ampliat el web de la Film Office, creada en una altra anualitat. Una altra acció ha sigut la denominada "Descobreix el Camp de Morvedre", amb l'organització de diferents rutes i visites per la comarca.

Accions de millora i innovació de l'ermita de la Sang (Ruta del Grial), que han tingut com a objecte la potenciació d'aquesta, a què està adherit l'Ajuntament de Sagunt.

S'han dissenyat i editat fullets en diversos idiomes per a la promoció de la comarca.

Enguany s'ha posat en marxa el Centre d'Interpretació de la Via Verda d'Ojos Negros, com a punt de partida i d'arribada per als turistes que fan aquesta ruta.

S'ha creat el web Camp de Morvedre per a la unificació d'imatge i continguts de la comarca.

I, finalment, dins de les accions de comunicació, promoció i fires, només s'ha dut a terme una actuació de marxandatge, amb l'edició d'ulleres en 3D.

MANCOMUNITAT FOIA DE BUNYOL-XIVA

S'han dut a terme 4 actuacions dins de les 3 grans línies d'acció proposades. La primera dedicada

a les infraestructures i l'equipament turístic, en què destaca un pla de senyalística, pel qual s'ha dotat els municipis de la mancomunitat d'una app i senyals intel·ligents.

Dins de l'altra línia, promoció, màrqueting i comercialització, s'han instal·lat senyals de fita i direcció per a posar en valor els recursos del lloc i establir rutes i itineraris en tots els municipis. També se'ls ha dotat de taules de pícnic i alguns ponts de xarxes de cordes per a zones recreatives.

Com a última actuació, s'ha contractat una empresa per a la realització i implementació d'un pla director comarcal, així com l'oficina tècnica per a portar la gerència del pla.

MANCOMUNITAT DE MUNICIPIS LA COSTERA-CANAL

Disseny i implementació del web de turisme de la Costera-Canal per a la divulgació del patrimoni cultural, paisatgístic i gastronòmic de la comarca, amb la seua corresponent app per a dispositius IOS i Android. Disseny de 6 rutes temàtiques vinculades al paisatge cultural de la mancomunitat.

S'han dut a terme accions de promoció i màrqueting turístic. Edició, disseny i impressió de fullets i tríptics, així com de suports gràfics i digitals de comunicació. S'ha millorat l'equipament dels estands que s'utilitzen per a la difusió i promoció turística.

Quant a la publicitat, s'han realitzat publicacions en premsa per a difondre el PDGT en web, xarxes socials, ràdio i televisió.

Disseny i creació de producte turístic (agroalimentari i gastronòmic). Diagnòstic integral per la implantació de la destinació turística intel·ligent.

Una altra acció ha sigut la redacció i disseny d'una xarxa de cicloturisme a la Mancomunitat de Municipis la Costera-Canal, així com material divulgatiu i promocional de la xarxa comarcal de senderisme.

MANCOMUNITAT DE L'INTERIOR TERRA DEL VI

En aquesta segona anualitat, s'han desenvolupat les eines necessàries per a poder implementar el sistema d'intel·ligència turística en l'àmbit de Terra Boval, que es desglossa en dues actuacions: el disseny d'eines de mesurament per a la governança d'un DTI i l'adquisició de dispositius per a recollida de dades.

S'ha creat el web Terra Boval i els seus perfils en les xarxes socials amb diversos continguts per a promocionar i posicionar l'oferta turística de la marca, amb els seus recursos, productes i experiències.

Quant al Pla de senyalització, enguany s'ha prioritzat la senyalització dels diferents municipis i llogarets que integren la marca, i que ha consistit en el disseny, la producció, el transport i la instal·lació dels senyals. Una altra actuació important ha sigut l'execució i el manteniment de sendes, en què se n'han fet de noves i s'ha mantingut les que hi havia.

Realització d'un projecte museològic i museogràfic del Museu del Vi DO Utiel-Requena Terra Boval.

MANCOMUNITAT DE LA CANAL DE NAVARRÉS

Aquesta segona anualitat s'ha centrat en la posada en marxa del que es va iniciar en l'anterior:

Pla de senyalització que ha consistit en la instal·lació d'un sistema d'informació i senyalització intel·ligent mitjançant tòtems, la senyalització del GR332 i la senyalització vehicular de recursos turístics.

Club de Producte. S'ha creat un club de producte que ha comprés, entre altres accions, el disseny del logotip, els suports de comunicació, el desenvolupament d'un pla de comunicació i la formació i sensibilització a les empreses que formen part del club.

Pla de cicloturisme: adaptació i recuperació de rutes ja existents, execució i creació de noves rutes MTB entre municipis que no en tenien i dues rutes familiars.

Pla de màrqueting: creació de productes turístics, així com accions de comercialització i promoció d'aquests per a promocionar el producte turístic, campanyes d'anuncis en xarxes socials, campanyes de comunicació mitjançant *bloggers*, revistes digitals, etc.

Pla destinacions intel·ligents. S'ha desenvolupat una eina per a la millor gestió dels serveis, com la gestió dels residus, la compra d'entrades a través del web, la instal·lació de sensors per al control de flux de persones i el comptatge de vehicles.

A continuació, es detalla l'estat en què es troben els diferents plans:

PLA	ESTAT
Consorci per al Desenvolupament Econòmic del Baix Segura-CONVEGA-	Primera anualitat
Patronat Provincial de Turisme de la Costa Blanca	Renúncia
Associació Intermunicipal Catí, Culla, Benassal i Ares del Maestrat	Primera anualitat
Mancomunitat Intermunicipal de l'Alt Palància	Primera anualitat
Mancomunitat Comarcal Els Ports	Primera anualitat
Mancomunitat Espadà-Millars	Primera anualitat
Associació Intermunicipal de Municipis de Penyagolosa	Segona anualitat
Consorci del Pacte Territorial per a la Creació d'Ocupació de la Plana Baixa	Primera anualitat
Associació Intermunicipal de Dinamització i Promoció de la Plana de l'Arc	Primera anualitat
Associació de Promoció Turística Terres del Maestrat, Ànima Interior	Primera anualitat
Ajuntament de Sagunt- Camp de Morvedre	Primera anualitat
Mancomunitat Foia de Bunyol- Xiva	Primera anualitat
Mancomunitat de Municipis la Costera- Canal	Primera anualitat
Mancomunitat de l'Interior Terra del Vi	Segona anualitat
Mancomunitat de la Canal de Navarrés	Segona anualitat
Mancomunitat del Carraixet	Renúncia
Mancomunitat Camp de Túria	Renúncia
Mancomunitat de Municipis de la Safor	Renúncia

Enguany, a causa de les renúncies produïdes com a conseqüència de la COVID-19, cap pla dels que haurien conclòs n'ha finalitzat l'anualitat. Han sol·licitat pròrroga.

3

COMPETITIVITAT TURÍSTICA



3.1. ACCETUR: ITINERARIS D'EMPREDORIA I COMPETITIVITAT TURÍSTICA



TURISME EMPRÉN CV

ReCoRe

Apoyo al emprendimiento turístico de la Comunitat Valenciana

ReCoRe

TURISME EMPRÉN CV

Redefinición de estrategias, Revalidación para la viabilidad, Consolidación e impulso de empresas jóvenes y proyectos empresariales turísticos

MÓDULO	ESPECIALIZACIÓN	TEMÁTICA
1	INNOVACIÓN PARA LA EMPRESA TURÍSTICA JOVEN: ¿CÓMO REDEFINIR LAS ESTRATEGIAS PARA SOBREVIVIR A LA CRISIS TURÍSTICA?	INNOVACIÓN REDEFINICIÓN
2	REVALIDACIÓN DE LA VIABILIDAD CON METODOLOGÍAS ÁGILES PARA LA RECUPERACIÓN DE LA CRISIS COVID-19	REVALIDACIÓN PARA LA VIABILIDAD POST CRISIS COVID19
3	PROFUNDIZAR EN LAS TÉCNICAS DE GROWTH HACKING E INBOUND MARKETING PARA OBTENER NUEVOS RESULTADOS PARA REFLOTAR EL NEGOCIO TURÍSTICO	MARKETING DE REFLOTE DEL NEGOCIO
4	NUEVOS MÉTODOS DE VENTA: BLOCKCHAIN	IN-VENTA



Turisme Comunitat Valenciana va impulsar i va coordinar en 2020 una nova edició del programa Accetur en línia adaptada al nou turisme després de la COVID-19. Alguns programes van canviar tant els seus objectius com els seus continguts, així com el nom del programa, i es van adaptar a les actuals circumstàncies per a respondre a les necessitats de les empreses en el nou context, vinculat a l'impacte de la pandèmia

En 2020, Accetur ha oferit formació, assessorament i consultoria empresarial personalitzada a personal treballador autònom i xicotet en col·laboració amb les cambres de comerç de Castelló, Alacant i València.

Des de Turisme CV s'han adequat els diferents programes de treball i s'ha impulsat un pla de contingència, que reorienta els itineraris d'emprenedoria i competitivitat turística per a respondre a les necessitats empresarials més immediates de pimes i micropimes, i els reforça amb accions en línia de suport directe i gratuït al teixit empresarial.

Dins de les estratègies d'enfortiment del teixit empresarial, a través d'Accetur (Accelerador Empresarial i de l'Accés dels Emprenedors al Mercat del Turisme), Turisme Comunitat Valenciana va oferir en 2020 itineraris de capacició i serveis directes a emprenedors, emprenedores i pimes turístiques per al desenvolupament de projectes empresarials, noves línies de negoci i accions de millora competitiva.

Els itineraris s'han gestionat des de la Unitat de Desenvolupament Turístic (Servei de Planificació i Estratègia Turística) i s'estructuren en tres programes: "Difusió i qualificació", "Creació i impuls d'empreses" i "Avança Pime", que inclouen tant accions directes com en col·laboració amb entitats de promoció econòmica i associacions sectorials de la Comunitat Valenciana, en termes de governança col·laborativa i optimització de recursos.

D'altra banda, en 2020 s'ha consolidat la col·laboració amb el Consell de Cambres de la Comunitat Valenciana amb la 4a edició d'Avança Pime, que està dins del Programa de competitivitat turística de Cambra Espanya (FEDER), en virtut del conveni de col·laboració subscrit per al desenvolupament, entre altres finalitats, de l'emprenedoria i la competitivitat turística, amb una aposta per l'especialització de serveis, com les jornades de competitivitat per a l'empresa de turisme gastronòmic, i per la posada en marxa de nous formats.

En termes globals, els resultats d'activitat del conjunt de programes d'Accetur han sigut els següents:

JORNADES I TALLERS D'EMPRENEDORIA I COMPETITIVITAT TURÍSTICA 2020	21
Nre. edicions PROGRAMES/CURSOS	8
Seus (Castelló de la Plana, València, Gandia, Dénia, Alacant, Alcoi, Orihuela i Torrevieja)	11
Nre. participants (emprenedors, professionals i empreses)	1.163
Nre. hores de formació grupal	650
PROGRAMES DE DESENVOLUPAMENT DE PROJECTES EMPRENEDORS, TUTORIES, PLANS D'EMPRESA I DIAGNÒSTICS DE COMPETITIVITAT 2020	10
Nre. de projectes a què s'ha donat suport	180
Nre. d'hores de capacitació individual impartides	2.800

3.1.1. Programa ACCETUR: Informació i orientació a emprenedors i empreses

En 2020 s'han produït elements d'imatge (*rollers*), suports informatius (programes) i material en línia per a la difusió d'activitats Accetur 2020, sobre la base del manual d'aplicació de marca del programa. Des de la Seu Central de Turisme CV, CdT, INVAT·TUR i Cambres de Comerç s'ha donat difusió a aquests suports en zones de recepció, jornades informatives, trobades professionals i a través de canals web i xarxes socials, oferint als usuaris atenció presencial, telefònica i a través de l'adreça electrònica accetur_turisme@gva.es.

Per a arribar millor al públic objectiu, s'han difós les convocatòries a través de llistes de correu electrònic, oficines Tourist Info, directoris empresarials, entitats de l'Ecosistema Emprendedor CV i ADL. Cal assenyalar que s'ha ampliat substancialment l'impacte de la comunicació gràcies al canal en línia Turisme CV Magazine, Facebook i Twitter, amb publicacions en la secció d'agenda, així com diferents articles temàtics en el blog i secció de notícies.

Activitat 1. Accetur Avança Pime. Diagnòstics a pimes turístiques. Diagnòstics individualitzats i plans de millora a empreses sobre aspectes clau de competitivitat empresarial turística.

3.1.2. Programa de competitivitat turística

Dirigit a pimes i autònoms del sector turístic amb domicili social i/o centre productiu en algun dels municipis de les províncies/demarcacions d'Alacant, Castelló i València que complisquen els requisits exigits en la convocatòria. Consisteix en la realització d'un diagnòstic individualitzat a les empreses turístiques sobre diferents aspectes i les seues possibilitats de millora.

En 2020 han accedit a aquest programa 70 autònoms, autònomes i pimes turístiques: 15 a la província d'Alacant, 10 a Castelló i 45 a València.

El programa es materialitza a través de les següents actuacions dutes a terme per les cambres de comerç:

En 2020 es va convocar la 4a edició d'Avança Pime en col·laboració amb el Consell de Cambres CV, dins del programa Cambra Espanya, com s'ha dit. A través d'aquesta iniciativa, s'ofereixen serveis sense cost a autònoms, autònomes i pimes per a millorar-ne la competitivitat, cofinançats al 100 % (50 % Turisme CV i la resta a través de fons Cambra Espanya-FEDER), amb l'oportunitat, a més, de participar en la fase II del programa per a implantar solucions tecnològiques i d'innovació cofinançades al 50 % per Cambra Espanya-FEDER (una quantia màxima d'ajuda per empresa de 3.500 € sense IVA).

El programa es concreta en la realització de diagnòstics individuals de competitivitat a les empreses i en l'elaboració d'estudis a mesura amb solucions de millora de la seua situació competitiva.

Es tracta d'ajudar les pimes a definir i implantar millores, així com a detectar oportunitats d'innovació, modernització en la producció de serveis o de negoci turístic que redunden en el seu posicionament, davant de les exigències del mercat turístic de hui dia.

El programa es gestiona a través de convocatòries públiques realitzades per cada cambra en la seua província. Poden participar-hi pimes, autònoms i autònomes del sector turístic de la Comunitat Valenciana que es troben d'alta en els registres oficials de Turisme CV o en el Cens de l'IAE, en els sectors d'activitat que s'especifiquen segons les bases de Cambra Espanya i el programa FEDER.

Activitat 2. Accions de capacitat i acompanyament a emprenedors o joves empreses turístiques per a la planificació empresarial, el desenvolupament de negocis turístics i la realització de plans d'empresa.

- Crea Pime. Substituït per Curs taller REACTUR
- Turisme Emprén CV. Substituït pel programa ReCoRe

3.1.3. Turisme Emprén. Validació del model de negoci

Turisme Emprén, programa engranat en els itineraris d'emprenedoria i competitivitat Accetur, que dona continuïtat a la tasca de suport a projectes empresarials, està dirigit a emprenedors i emprenedores que compten amb un projecte en turisme i a empreses de recent creació o que volen obrir noves línies de negoci. A través d'un pla de treball de 160 hores, els participants reben assessorament i capacitat per a desenvolupar competències i habilitats com a emprenedors turístics, així com tutorització individual i grupal, a càrrec d'experts en àrees clau de l'empresa, per a validar la viabilitat dels seus models de negoci turístic.

Atesa la situació sanitària i laboral provocada per la COVID-19, en 2020 es va modificar el plantejament original del programa Turisme Emprén CV, i se'n van reconvertir i reformular els objectius, per a enfocar-los a com afrontar la situació en les empreses dels participants, tant des del punt de vista del disseny del negoci i el seu model com de les tècniques més eficaces per a aconseguir fer vendes. El programa i suport d'assessorament i capacitat personalitzat s'imparteix en format en línia.

Així doncs, el nou programa dissenyat es va denominar ReCoRe (Redefinició d'estratègies, Consolidació i impuls d'empreses joves i projectes empresarials turístics i Revalidació per a la viabilitat).

Format de 44 hores de formació grupal en línia, 116 hores per a fer tutories individuals, que completen les 160 hores totals del programa. Inclou també 6 seminaris web temàtics.

En total, 60 empreses i projectes empresarials van sol·licitar participar en el programa, de les quals 53 van participar en el programa i 60 en les tutories individuals.

Programa formatiu: El programa ReCoRe es va iniciar el 8 de maig i va finalitzar el 5 de juny 2020. Després va deixar tot l'any fins a desembre per a tutories individuals.

MÒDULS IMPARTITS:

- CREATIVITAT I INNOVACIÓ
- REVALIDACIÓ DE MODELS DE NEGOCI
- INBOUND MARKETING
- MÒDUL SOBRE VENDES

Els 53 projectes participants es van distribuir en 5 grups, de manera que cada dia de la setmana cada grup va rebre la formació d'un mòdul, dels quatre que componen el programa:

6 seminaris web temàtics de 2 hores: Quant a les sessions de tutoria, se'n van fer algunes de manera simultània amb les sessions grupals i les individuals. Les temàtiques de les tutories van versar sobre els mòduls impartits en el programa i la seua aplicació a les empreses o els projectes empresarials participants.

Quant al perfil dels emprenedors, el 74 % dels participants en 2020 van ser titulats universitaris i el 31 % havien cursat estudis relacionats amb el turisme; d'altra banda, el 84 % dels assistents van participar per primera vegada en un programa d'emprenedoria, el 9 % estan adherits al programa CreaTurisme i el 42 % tenia ja experiència laboral directa en el sector turístic.

- “Nuevas tendencias en los turistas. Los tiempos que vienen”.
- “Facebook Ads e Instagram Business”
- “Adaptación del modelo de negocio: las 8P's”. 2 edicions.
- “Neuroventas: Véndeale a la mente, no a la gente”. 2 edicions.



Curs taller REACTUR i tutories obertes: Tenint en compte els màxims del conveni, 3 cursos de REACTUR, cadascun dels cursos-taller ha comptat amb 15 empreses/alumnes en cada província (24 hores de sessions en línia + 135 hores de tutories d'acompanyament i seguiment individualitzat), la qual cosa ha fet un total de 159 hores per curs i 45 participants.

Aquest programa ha ajudat les empreses a obtindre els coneixements clau per a implementar els canvis necessaris en el seu model de negoci amb la finalitat d'aconseguir-ne l'adaptació a les noves necessitats operatives que es presenten.

L'objectiu del Pla de reactivació ha sigut identificar la situació actual de les diferents àrees del negoci i incorporar un pla de viabilitat que els ha portat al desenvolupament d'un nou model empresarial que posava el focus en aquelles àrees que generen major liquiditat i deixava a un costat les menys rendibles.

El desenvolupament dels plans de viabilitat de les empreses s'ha implementat en totes les àrees de negoci, i ha incidit principalment en les àrees de gestió empresarial, màrqueting, internacionalització i innovació, de manera combinada, conjunta i/o alternativa.

S'ha dirigit principalment a propietaris, gerents i responsables d'àrea de pimes i microempreses, que desitjaven millorar la rendibilitat de la seua empresa o avaluar altres alternatives d'expansió.

Cada acció formativa s'ha desenvolupat a través de dues fases que s'han realitzat en paral·lel per a facilitar el procés d'aprenentatge-implementació individualitzada.

1. Sessions conjuntes de formació en línia. (4 hores per mòdul).

2. Accions d'acompanyament i seguiment individualitzades amb els especialistes de les diferents matèries, també a través de la mateixa plataforma, que han d'acompanyar i orientar sobre aquells temes específics a cada situació particular dels participants. (1,5 hores per participant i mòdul).

Programa formatiu:

- **Mòdul 1.** Anàlisi i establiment dels possibles escenaris de mercat després de la represa de l'activitat. Anàlisi estratègica post-COVID-19 per a les activitats clau del sector.
- **Mòdul 2.** Anàlisi de la situació econòmicofinancera de l'empresa. Necessitats de finançament.
- **Mòdul 3.** Innovació, transformació digital i gestió de la comunicació, motors de desenvolupament de negoci.
- **Mòdul 4.** Protocols sanitaris. Desenvolupament sostenible i responsabilitat social corporativa en el sector turístic.
- **Mòdul 5.** Marc regulador en l'àmbit de les relacions laborals. Organització i persones
- **Mòdul 6.** Proposta i elaboració del Pla de reactivació amb mesures concretes que s'implantaran, terminis d'execució i necessitats de recursos i inversió.

Calendari: 6 setmanes de duració (EN LÍNIA) des del 10 de juny al 17 de juliol de 2020

Formació grupal: 12 sessions de 2 hores de duració.

Tutories (EN LÍNIA): 1,5 hores de tutoria per participant i mòdul. En aquestes tutories, s'han desenvolupat actuacions de seguiment individualitzat en les quals s'han implementat els continguts generals abordats en les sessions conjuntes de formació.

	NOMBRE CURSOS	LLOC IMPARTICIÓ	DATES REALITZACIÓ	NOMBRE PARTICIPANTS (PAX) FORMATS
Cambra Alacant	1	EN LÍNIA	Del 10-06- 2020 al 17-07-2020	15
Cambra Castelló	1	EN LÍNIA	Del 10-06- 2020 al 17-07-2020	15
Cambra València	1	EN LÍNIA	Del 08-06- 2020 al 17-07-2020	15
TOTAL	3			45

Tutories obertes REACTUR: S'han oferit serveis d'atenció personalitzada per a propietaris, gerents, autònoms, emprenedors i responsables d'àrea de pimes i microempreses turístiques, que desitgen millorar la rendibilitat de la seua empresa o avaluar altres alternatives d'expansió.

Àrees de consulta:

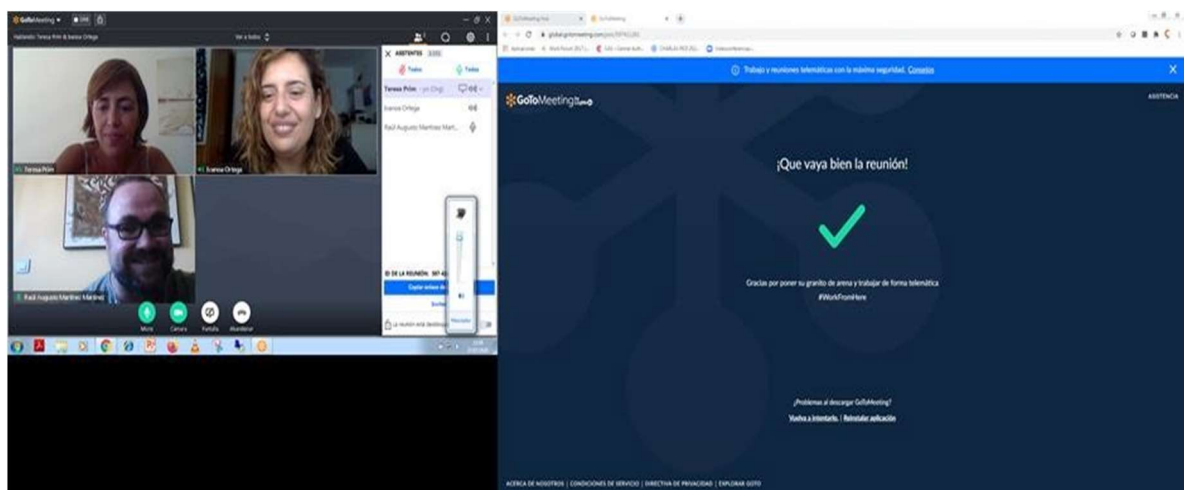
- Màrqueting empresarial turístic i xarxes socials
- Gestió d'empreses turístiques: atenció al client, gestió del personal, del producte, etc.
- Gestió econòmica, fiscal i financera.

Tutories obertes: Els itineraris d'Accetur s'han completat amb aquest nou programa —també en col·laboració amb el Consell de Cambres CV—, que ha permés oferir assistència tècnica i formació a mesura a 38 autònoms, pimes i emprenedors i emprenedores turístics, mitjançant tutories personalitzades en línia, amb especialistes en diferents matèries: 6 tutories a Alacant, 6 a Castelló i 7 a València. S'ha assessorat sobre obertura de noves línies de negoci o viabilitat sobre noves obertures.

A través d'un sistema de cita prèvia, de juny a novembre de 2020, es va oferir el servei per a ajudar les empreses i emprenedors i emprenedores a realitzar el seu itinerari de desenvolupament dins d'Accetur, així com per a completar informació i formació en matèries puntuals de les següents àrees: 1- màrqueting empresarial turístic i xarxes socials; 2- gestió d'empreses turístiques, gestió de personal, de la producció, etc.; 3- gestió econòmica, fiscal i financera.

Activitat 3. Accions de capacitat i sensibilització per a la millora de la competitivitat i la innovació empresarial turística per a pimes i autònoms del sector.

Turisme CV i el Consell de Cambres de la Comunitat Valenciana van posar en marxa en 2020 noves jornades empresarials i tallers en línia de competitivitat turística per a xicotets negocis del sector gastroturístic. La finalitat és capacitar emprenedors i pimes en àrees estratègiques de gestió dels negocis, cap a la millora competitiva a través de l'adaptació als canvis que afecten actualment el sector. Totes les accions d'aquesta activitat, per motius de la pandèmia, s'han programat de manera virtual, per a arribar a tots els racons de la Comunitat Valenciana i a totes les empreses al llarg del territori. Han comptat amb la participació de professionals de rellevància, reconeguts casos d'èxit i especialistes en les últimes tendències sectorials i de mercat turístic.



Tallers i jornades L'Exquisit Mediterrani: En 2020, el programa s'ha centrat a qualificar les empreses per a la creació de propostes de valor dirigides al mercat local i nacional, l'aplicació i compliment de mesures sanitàries, la innovació o el foment de la col·laboració entre agents productors i turístics dels territoris, per a la generació de serveis complementaris i cohesió de l'oferta.

Tallers:

- **CAMBRA D'ALACANT – 3 TALLERS** per a remuntar producte enogastroturístic.

27-29 d'abril: "5 retos para remontar producto eno-gastroturístico".
Dinamitzar el grup de treball d'enoturisme.

26-29 de maig: "Gastroturismo I: nuevas acciones para nuevos escenarios".

1-4 de juny: "Gastroturismo II: nuevas acciones para nuevos escenarios".

- **CAMBRA DE CASTELLÓ – 2 TALLERS** per a remuntar producte enogastroturístic.

26-29 de maig: "Gastroturisme I: noves accions per a nous escenaris".

1-4 de juny: "Gastroturisme II: noves accions per a nous escenaris".

- **CAMBRA DE VALÈNCIA – 3 TALLERS** per a remuntar producte enogastroturístic.

27-29 d'abril: "5 retos para remontar producto eno-gastroturístico". Dinamitzar el grup de treball de pescaturisme.

26-29 de maig: "Gastroturismo I: nuevas acciones para nuevos escenarios".

1-4 de juny: "Gastroturismo II: nuevas acciones para nuevos escenarios".



acciones para nuevos escenarios

Agente de viajes, consultor y docente especializado en enoturismo y turismo experiencial.

Manuel Colmenero
* Coordinador y moderador SEMINARIOS
* Tutor TALLER Gastroturismo I y II

seminarios

- Lunes, 27 ABR - 12H - Gastroturismo: pescaturismo y turismo marítimo.
- Martes, 28 ABR - 10H - Gastroturismo: aceite y agroturismo.
- Miércoles, 29 ABR - 12H - Gastroturismo: enoturismo y cultura del vino.
- Jueves, 4 MAY - 12H - Gastroturismo I: acciones para nuevos escenarios.
- Jueves, 7 MAY - 12H - Gastroturismo II: acciones para nuevos escenarios.

OBJETIVOS

- SEMINARIOS ONLINE

- Despertar la conciencia sobre los recursos gastronómicos y oportunidades existentes en los territorios de interior y entornos pequeños tradicionales de la Comunitat Valenciana.
- Incentivar la búsqueda de soluciones innovadoras, en función de las capacidades empresariales propias, con ofertas en torno al vino, el aceite, la pesca o la producción agroalimentaria que nos diferencie de la competencia.

TALLERES ONLINE

- Ofrecer pautas para el diseño, creación y desarrollo de servicios turísticos orientados a un cliente conocido-desconocido.
- Desarrollar dinámicas co-creativas de experiencias enogastroturísticas en el territorio.

DIRIGIDO A

Sección profesional y empresas de enoturismo, agroturismo, pescaturismo, enoturismo, agentes de viajes y otras empresas especializadas del ámbito de la gastronomía.

La pre-inscripción a los TALLERES es obligatoria para los SEMINARIOS. PLAZAS LIMITADAS - orden de pre-inscripción.

PARTICIPA!! [INFO e inscripción SEMINARIOS ONLINE](#) [Pre-inscripción](#) [TALLERES ONLINE](#)

seminario - mesa redonda (abierto). Accede a la sesión aquí

25 MAY - 10H - Competitividad y nuevos escenarios para el eno-gastroturismo.

talleres I y II (requiere pre-inscripción). Haz tu pre-inscripción aquí

26 y 29 MAY - 10H - Gastroturismo I: nuevas acciones para nuevos escenarios.

1 y 4 JUN - 10H - Gastroturismo II: nuevas acciones para nuevos escenarios.

OBJETIVOS

- SEMINARIO Y TALLERES ONLINE:

- Despertar la conciencia sobre los recursos gastronómicos y oportunidades existentes en los territorios de interior y entornos pequeños tradicionales de la Comunitat Valenciana.
- Incentivar la búsqueda de soluciones innovadoras, en función de las capacidades empresariales propias, con ofertas en torno al vino, el aceite, la pesca o la producción agroalimentaria que nos diferencie de la competencia.
- Ofrecer pautas para el diseño, creación y desarrollo de servicios turísticos orientados a un cliente conocido-desconocido.
- Desarrollar dinámicas co-creativas de experiencias enogastroturísticas en el territorio.

+CONTENIDOS!! [Accede a los vídeos y presentaciones de los SEMINARIOS y TALLERES de la 1ª edición](#)

DIRIGIDO A

Sección profesional y empresas de enoturismo, agroturismo, pescaturismo, enoturismo, agentes de viajes y otras empresas especializadas del ámbito de la gastronomía.

Los talleres desarrollados orientados por expertos. PLAZAS LIMITADAS - orden de pre-inscripción.

Jornades dins del congrés Mediterrànea Gastrònoma: Organitzat per Turisme Comunitat Valenciana en el marc de la Xarxa GastroTurística CV — L'Exquisit Mediterrani, en col·laboració amb el Consell de Cambres i agents turístics i gastronòmics adherits: ponències, presentacions de productes i destinacions turístiques gastronòmiques, projectes innovadors, taules redones, enoturisme, oleoturisme i panells d'experiències per a conèixer i debatre.

Jornades dedicades a la competitivitat empresarial, amb tres videoconferències sobre models de negoci gastronòmics innovadors i referents de posicionament turístic:

- **CAMBRA D'ALACANT – JORNADA COMPETITIVITAT: “OLEOTURISMO, producto y desarrollo turístico territorial”**

9 de novembre 2020, de 13.30 a 14.30 h

Celebrada en el marc del congrés Mediterrànea Gastrónoma, centre d'esdeveniments de Fira València. Conferència: “OLEOTURISMO, producto y desarrollo turístico territorial” a càrrec de JOSÉ A. JIMÉNEZ, director de projectes oleoturístics. Almazara Turístico Oleícola San Francisco

- **CAMBRA DE CASTELLÓ – JORNADA COMPETITIVITAT: “ENOTURISMO, estrategia de posicionamiento”**

9 de novembre 2020, d'11.30 a 12.30 h

Celebrada en el marc del congrés Mediterrànea Gastrónoma, centre d'esdeveniments de Fira València. Conferència: “ENOTURISMO, estrategia de posicionamiento” a càrrec de JOSÉ FERRER, CR Vinos de Jerez i Manzanilla de Sanlúcar. Ambaixador CRVJ.

- **CAMBRA DE VALÈNCIA – JORNADA COMPETITIVITAT: “RESTAURACIÓN, nuevos valores empresariales”.**

9 de novembre 2020, de 10.30 a 11.30 h

Celebrada en el marc del congrés Mediterrànea Gastrónoma, centre d'esdeveniments de Fira València. Conferència: “RESTAURACIÓN, nuevos valores empresariales” a càrrec de FELIPE TURELL, CEO i cofundador d'MO de Movimiento (Madrid).





Jornades empresarials L'Exquisit Mediterrani. Essències. Som terra i vincles: Jornades empresarials “Essències. Som terra i vincles” en col·laboració amb les cambres d’Alcoi, Alacant i Orihuela i dels CdT d’Alcoi, Elx i Torrevieja, per a fomentar la interacció entre els productors i agents turístics, així com el coneixement i consum dels olis de l’Alcoià i el Comtat, els productes del Camp d’Elx i els productes de la Vega Baixa per part de l’hostaleria local.

- **CAMBRA D’ALCOI – JORNADA COMPETITIVITAT:** “Essències. Som terra i vincles”. Oleoturisme

17 de novembre 2020, de 17.00 a 19.00 h

Es va donar a conèixer el projecte, impulsat des de GAL Rural Muntanya d’Alacant, GAL Sur de Alicante ASIR, GALP La Marina i Olis de Diània, per a promoure l’economia social en el medi rural.

- **CAMBRA D’ALACANT – JORNADA COMPETITIVITAT:** “Essències. Som terra i vincles”. Productes del Camp d’Elx

24 de novembre 2020, de 17.00 a 19.00 h

Es va fomentar la interacció entre els productors i agents turístics i gastronòmics locals i millorar el coneixement i consum dels olis i productes autòctons del territori per part de l’hostaleria i el comerç.

- **CAMBRA D’ORIHUELA – JORNADA COMPETITIVITAT:** “Essències. Som terra i vincles”. Gastronomia i productes autòctons de la Vega Baixa.

1 de desembre de 17.00 – 19.00 h

Es va aprofundir i posar en valor els productes autòctons, els seus derivats i subproductes, reflexionant sobre com els restaurants gastronòmics poden dissenyar i desenvolupar productes/experiències i establir estratègies adequades per a satisfer i superar les expectatives de les diferents tipologies de turistes, a través de la innovació i l’excel·lència gastroturística.



Curs-taller enogastroturisme: Nuevos tiempos, nuevas formas de venta online. A través de la plataforma en línea de la Xarxa CdT dins del cicle “Volver mejores”:

PROGRAMA

Turisme, en col·laboració amb les cambres de València, Castelló i Alacant, del 19 de novembre a l'11 de desembre, ha tingut lloc el curs-taller “Eno-gastroturismo. Nuevos tiempos, nuevas formas de venta online”, 5 seminaris i un taller pràctic. L'activitat s'ha realitzat a través de la plataforma en línia de la Xarxa CdT dins del cicle “Volver mejores”.

SEMINARIS I TALLERS EN LÍNIA

Incentivar la cerca de solucions innovadores, en funció de les capacitats empresarials pròpies. Els negocis turístics aprendran a utilitzar les seues xarxes socials, la missatgeria privada i les eines gratuïtes per a vendre en línia i deslocalitzar les vendes físiques sense recórrer a plataformes i evitar intermediaris i comissions. Formació en línia en temps real i taller pràctic sobre eines amb un sistema senzill i passos que cal seguir, basat en exemples pràctics de com ja ho estan implementant negocis similars en l'àmbit nacional i mundial.

- **CAMBRA DE CASTELLÓ** Cambra de Castelló - Tallers producte enogastroturístic:

2 de juny de 2020

JORNADA GASTRONOMA. 09/11/20



3.2. EXCEL·LÈNCIA I SOSTENIBILITAT TURÍSTICA

A través del programa Qualitur, s'instrumentalitzen totes les actuacions dutes a terme per Turisme CV al voltant de la cultura de l'excel·lència, la sostenibilitat (cultural, econòmica i especialment ambiental). Qualitur reforça les línies d'actuació en matèria de modernització empresarial i especialment en la certificació de sistemes de gestió de la qualitat, el medi ambient i l'accessibilitat.

Les actuacions realitzades al llarg de 2020 es van concretar principalment en els següents subprogrames:

- SICTED- Qualitat Integral en Destinacions Turístiques
- Qualitur Club – Impuls a la certificació de models d'excel·lència
- Foment de la sostenibilitat en el turisme de la Comunitat Valenciana

3.2.1. SICTED – Qualitat Integral en Destinacions Turístiques



El SICTED (Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions), té com a objectiu últim incrementar la satisfacció del turista, visitant i resident, homogeneïtzant i incrementant la qualitat en els recursos i serveis turístics d'una destinació. El projecte es basa principalment en la bona governança i en la col·laboració, tant interadministrativa (amb participació de les tres administracions: nacional, autonòmica i local) com publicoprivada.

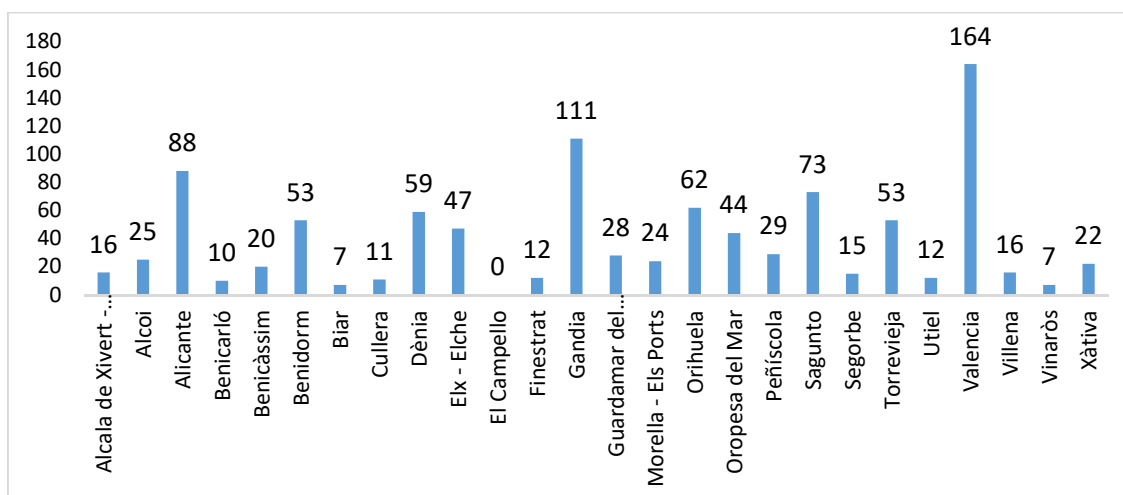
El projecte es basa principalment en la bona governança i en la col·laboració, tant interadministrativa (amb participació de les tres administracions: nacional, autonòmica i local) com publicoprivada.

El SICTED es va començar a implantar en sis destinacions de la CV en 2012 a partir del conveni marc amb la Secretaria d'Estat de Turisme, pel qual cedia la metodologia per a la implantació en el territori. Després de huit anys d'implantació, el SICTED és una metodologia cohesionada i consolidada en el territori, tal com reflecteixen les xifres en el tancament de l'exercici 2020: 30 destinacions adherides que aglutinen un total de 1.008 serveis turístics distingits i que posicionen la CV en el segon nivell en el rànquing nacional després d'Andalusia (tant en destinacions com en distingits), tot això malgrat la greu crisi sanitària viscuda amb el SARS-CoV-2 (COVID-19).

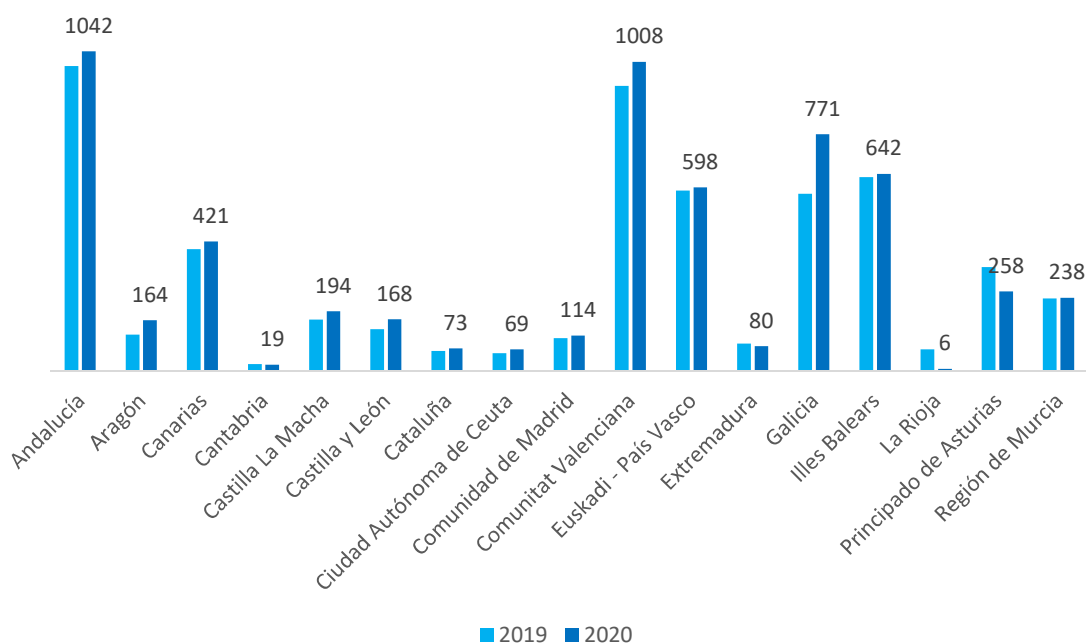
En 2020, van signar el protocol d'adhesió el Campello, Calp i la Canal de Navarrés, i es van sumar a les 27 destinacions que estaven participant, amb la qual cosa van posicionar la CV darrere d'Andalusia respecte a aquest indicador. En l'àmbit provincial, destaca la província d'Alacant, amb 14 destinacions, seguida de la província de Castelló (8) i la de València (7).

Atés el nombre de distingits, les 27 destinacions van aglutinar-ne un total de 1.008 amb aquest guardó, amb la destinació València com la més important amb un total de 164.

Distribució del nombre de distingits per destinacions SICTED CV



Increment del nombre de distingits per comunitats autònomes 2019-2020



La participació de l'oferta bàsica continua sent la que major percentatge representa tenint en compte les distincions per subsectors, en què destaquen els hotels i els blocs d'apartaments (20 % del total de la CV), els restaurants i les empreses de servei d'àpats (13 %) i els comerços (9 %), tendència similar a la mostrada a escala nacional.

Per a aconseguir aquestes xifres, Turisme ha estat desenvolupant una sèrie d'actuacions en diferents plans en el marc del SICTED, dirigides a assessorar els diferents agents que hi participen, defensar els interessos de les destinacions turístiques de la CV en un àmbit nacional i/o difondre la marca Compromís Qualitat Turística. Les actuacions realitzades al llarg de 2020 es van centrar a mantindre i donar suport al sector, motiu pel qual, d'una banda, es van adaptar suports i temps a les necessitats dels usuaris i, de l'altra, es van activar noves actuacions centrades en la prevenció higienicosanitària.

Les actuacions que generalment es realitzen amb caràcter anual en el marc del projecte són: Difusió del projecte i assessorament tècnic continu a les destinacions; coordinació en la formació, assistència tècnica i avaluacions dels serveis turístics a través del conveni amb el Consell de Cambres de Comerç; representació dels interessos de la CV en els grups de treball nacionals (Comité Interdestinos i Grup de Treball Qualitat Turística), garantir l'objectivitat i rigorositat dels distintius i aportar iniciatives mitjançant les vocalies en les taules de qualitat de cadascuna de les destinacions i promoció de la marca Compromís Qualitat Turística.

Al llarg de 2020, a més de les actuacions metodològiques, cal assenyalar les actuacions desenvolupades en el marc de la crisi sanitària i que han permés flexibilitzar la implantació i garantir-ne la continuïtat:

Pilotatge d'assessorament tècnic en línia: lideratge del pilotatge nacional de l'assessorament en línia centrat en el sistema documental del sistema de gestió, en coordinació amb la Secretaria d'Estat de Turisme.

Adaptació de les actuacions en línia: coordinació i procediment de la formació i les avaluacions en línia mantenint les garanties oportunes.

Cobertura de gestors SICTED: En moments puntuals, des de la coordinació del SICTEDCV de Turisme CV es va cobrir la baixa del gestor principal de determinades destinacions en les seues funcions, especialment en els comitès de distinció extraordinaris COVID-19 o taules de qualitat a diferents gestors SICTED.

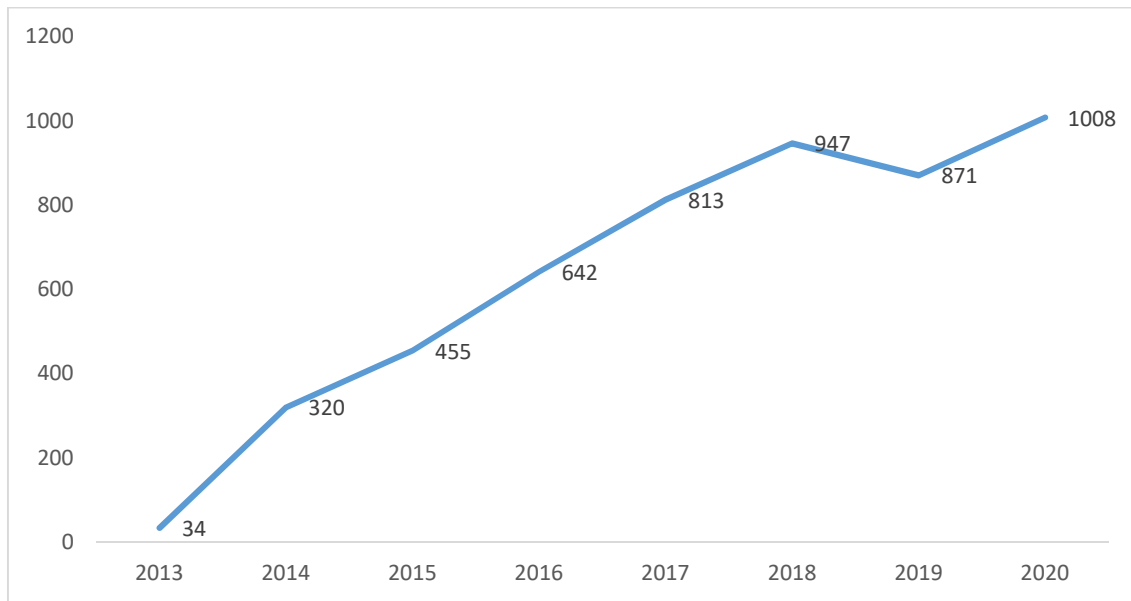
Elaboració del Manual de BBPP per a habitatges d'ús turístic: Entre les principals iniciatives impulsades per Turisme CV en el marc del projecte, destaca l'elaboració del Manual de BBPP específic per a habitatges d'ús turístic, i la participació en el grup de treball creat per la Secretaria d'Estat de Turisme, el qual es va publicar a final d'any i el pilotatge del qual es realitzarà durant 2021.

Seminaris web específics COVID-19: Dirigits a més de 1.000 beneficiaris per a donar a conèixer les recomanacions exigibles per a aconseguir el segell "Preparat per a COVID" de la Secretaria d'Estat de Turisme.

Suport en els comitès extraordinaris COVID-19: En 2020, i com a resposta a la pandèmia del COVID-19, la Secretaria d'Estat de Turisme va crear el distintiu "Preparat per a COVID" que els serveis SICTED adherits o distingits podien obtindre. La CV es va presentar a 3 comitès durant 2020, i va realitzar un total de 498 avaluacions a partir de les quals 427 empreses van obtindre el distintiu.

Generar sinergies amb altres projectes de Turisme CV: En 2020, Turisme CV va publicar el Manual de recomanacions d'ODS per a les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana. Partint d'aquest manual com a marc de referència, durant 2020 es va realitzar l'anàlisi d'implantació de mesures davant dels ODS en les 28 destinacions SICTED de la Comunitat Valenciana. Addicionalment, aquestes destinacions van participar en l'elaboració del document Manual per a l'adaptació al canvi climàtic, elaborat per INVAT·TUR i publicat en 2021.

Evolució del nombre d'entitats distingides de la CV



3.1.2. QUALITUR CLUB- Impuls a la certificació de models d'excel·lència



Qualitur és el distintiu propietat de Turisme CV que s'atorga als serveis turístics de la Comunitat Valenciana que ho sol·liciten per l'esforç que realitzen en pro de l'excel·lència.

Al col·lectiu d'empreses i entitats turístiques de la Comunitat Valenciana que disposen d'algun certificat en vigor en gestió de qualitat, gestió ambiental i/o accessibilitat.

Turisme CV actualment reconeix els següents models:

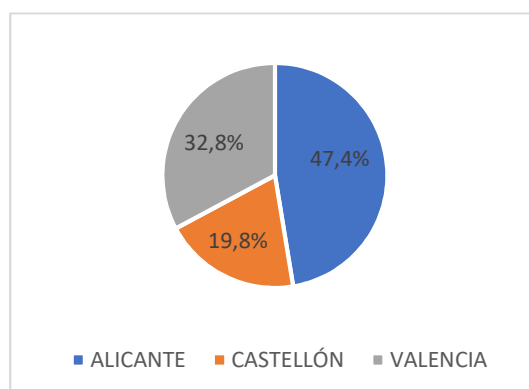
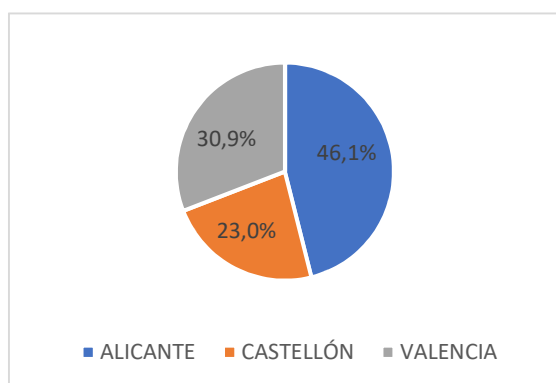
- En gestió de la qualitat: Norma internacional ISO 9001 i normes associades a la marca Q Qualitat Turística de l'ICTE.
- En gestió ambiental: Norma internacional ISO 14001, Reglament europeu EMAS, Marca Ecolabel i la marca Parcs Naturals (de caràcter autonòmic).
- En accessibilitat: norma nacional UNE 170001.
- En destinacions: UNE 178501: 2018 Destinacions Turístiques Intel·ligents.

RESUM DELS MODELS DE CERTIFICACIÓ RECONEGUTS PER QUALITUR

							
MODEL	Q Qualitat Turística	ISO 9001	ISO 14001	EMAS	ECOLABEL	PARCS NATURALS	UNE 170001/2
MATÈRIA	Gestió de la qualitat		Gestió ambiental				Accessibilitat
ÀMBIT	Nacional	Internacional		Europeu		Autonòmic	Nacional
ABAST	Sectorial	Intersectorial			Allotjament	Sectorial	Intersectorial I

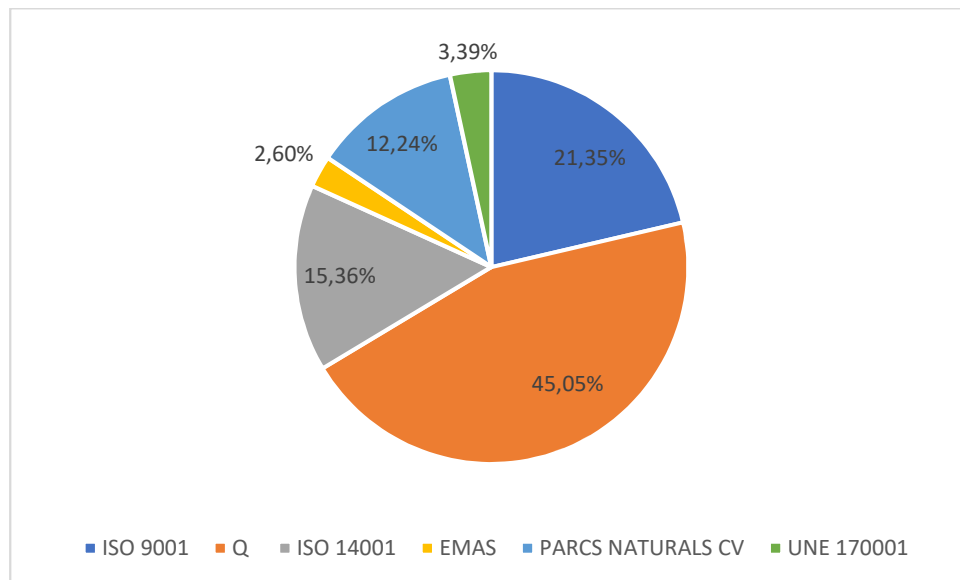
L'any 2020, 243 serveis turístics han romàs en Qualitur Club aglutinant 384 certificats en el sector turístic de la Comunitat Valenciana; malgrat la crisi higienicosanitària i econòmica, els serveis turístics han optat en la seua majoria per mantindre els sistemes que en garanteixen la gestió. Tenint en compte la taxa de variació anual, s'ha produït un descens del 5,81 % en el nombre d'entitats membre, mentre que, tenint en compte el nombre de certificats, la taxa és d'un 9,43 %.

Atesa la distribució per províncies, és Alacant la que lidera les dues variables (112 membres de Qualitur Club i 182 certificats), seguida de València (75 membres que aglutinen 126 certificats) i en últim lloc la província de Castelló (56 membres que aglutinen 76 certificats).



Atesos els models pels quals se sol optar, es manté l'aposta per models de gestió de la qualitat, que representa el 66,4 % del total de certificats, i concretament per la Q de Qualitat Turística: en menor mesura li segueixen els certificats en matèria de gestió ambiental, que representa el 30,2 % i en accessibilitat només hi ha una representació del 3 %.

Distribució del nombre de certificats per model



La Q de Qualitat Turística continua sent la marca més estesa en el territori de la Comunitat Valenciana, ja que representa el 45,05 %, seguida de l'ISO 9001 (21,35 %). En aquest sentit, cal dir que, amb 173 Q, la CV ha descendit una posició en el rànquing nacional del nombre de certificats Qualitat Turística, amb la tercera posició després d'Andalusia i Galícia.

En gestió ambiental, destaca l'aposta per l'ISO 14001- que representava el 15,36 % del total de certificats i el 51 % sobre el total de certificats en matèria mediambiental. Tant els certificats conforme a la norma ISO 14001 com al Reglament EMAS estan liderats pel sector de platges, a causa, principalment, de l'impacte que tenen els seus estàndards sobre un dels principals recursos del nostre model turístic.

La marca autonòmica Parcs Naturals continua sent la preferida en serveis turístics de l'interior; els allotjaments rurals són els que encapçalen el rànquing respecte a aquest distintiu, seguits de les empreses de turisme actiu.

Quant a la distribució sectorial, cal assenyalar el lideratge dels recursos gestionats pel sector públic, concretament les platges que opten en molts casos per certificacions ambientals i les oficines d'informació turística que opten per la Q de Qualitat Turística; aquestes xifres estan directament relacionades amb les actuacions que des de Turisme CV s'executen per a promoure les certificacions, bé difonent els sistemes de gestió, bé incentivant els costos derivats de l'obtenció. En el sector privat, són els hotels els que aposten per models de gestió, i concretament mantenen la tendència d'optar per la Q de Qualitat Turística.

Les actuacions executades l'any 2020 van estar supeditades per la pandèmia i l'adaptació a la situació que s'estava vivint, motiu pel qual moltes de les actuacions que, amb caràcter anual, se solen desenvolupar no van arribar a executar-se, com, per exemple, l'acte de lliuraments de banderes Qualitur o la Noche Q organitzada per l'ICTE.

Malgrat això, es van desenvolupar les següents:

Incentivar la certificació: Turisme CV, en la seua aposta per la qualitat, la sostenibilitat i l'accessibilitat en el turisme, incentiva l'obtenció i renovació de recursos i serveis turístics. En els incentius dirigits a empreses turístiques, ser membre de Qualitur Club és un paràmetre de discriminació positiva.

En les ajudes dirigides a entitats locals, es preveuen com a costos subvencionables l'obertura d'expedients, l'adquisició de la norma, l'auditoria de certificació, el seguiment i/o la renovació i l'abonament del dret d'ús de la marca vinculada al certificat (en el cas de la Q).

Així mateix, s'inclouen com a costos subvencionables els relatius a la creativitat i producció de material promocional. En 2020, 46 entitats locals van sol·licitar aquesta línia d'ajudes per a certificar els seus museus, platges o oficines d'informació turística, de les quals 41 van resultar favorables per a un total de 105.741,18 €.

Impulsar la certificació dels museus a la CV: En una aposta per donar a conèixer la qualitat de l'oferta cultural dels museus com a element de competitivitat turística, Turisme CV i l'ICTE van signar un conveni de col·laboració en 2018 amb la finalitat de pilotar a la CV la norma UNE 302002. Atés l'èxit del projecte, durant 2019 i 2020, s'ha mantingut aquesta línia de col·laboració.

Els objectius d'aquest projecte són determinar el nivell de compliment dels museus de la CV respecte a la norma UNE 302002:2018, i dotar-los d'eines per a la millora de la gestió interna de la qualitat.

En el projecte han participat 35 museus (22 en fase inicial i 13 en fase avançada). Com a resultat final, tots disposen d'un diagnòstic de situació i cal destacar els museus següents, els quals, amb un xicotet esforç d'adequació documental, estan en disposició d'obtindre la marca Q Qualitat Turística: Museu de la Ciutat de les Arts i les Ciències de València, Museu de Dinosauris de Cincorres, Museu Arqueològic de Silla (MARS) i Museu de l'Espardenya (Banyeres de Mariola), Museu Arqueològic de Cullera, Museu València C.F. i Museu Joan Fuster (Sueca).

Cal assenyalar que 3 museus van obtindre la certificació a final d'any: Museu Cassoleria d'Angel Domínguez (Potries), Museu Dámaso Navarro (Petrer), Museu Internacional de Titelles d'Albaida (MITA).

Campanya "Aquí estamos cuando pienses en disfrutar": L'objectiu inicial era donar a conèixer la Marca Q en els mercats turístics, especialment entre el turista resident a la Comunitat, així com promoure l'obtenció d'aquesta per l'oferta turística.

La campanya es va adaptar a la situació que es vivia derivada del confinament, motiu pel qual l'eslògan va ser "Aquí estamos cuando pienses en disfrutar". Com a suports de la campanya es va utilitzar mobiliari urbà (78 opis en les capitals de província) i OTA (Online Travel Agencies) en suport en línia, en portals com minube, Tripadvisor, El viajero (*El País*), Skyscanner, lovevalencia, Kayak i eDreams; els resultats van ser més de 5.250.000 impressions, de les quals el 65 % han sigut visibles.



Web Qualitur: A través del web de Qualitur, s'informa dels serveis turístics certificats a la Comunitat Valenciana i es publiquen notícies relacionades amb aquesta matèria. Al llarg de 2020, es van publicar 21 notícies.

Participar en estructures organitzatives de l'ICTE: Entre les actuacions de Qualitur, destaca la participació en estructures organitzatives de qualitat, com els comitès tècnics de normalització (CTN) i de certificació (CTC), amb l'objectiu de vetlar pels interessos de la Comunitat Valenciana i representar la idiosincràsia de la seua oferta turística a escala nacional.

Els comitès tècnics de normalització són els responsables de l'elaboració i revisió de les normes turístiques nacionals en qualitat, presidits per AENOR. Turisme CV té vocalia en els següents:

- CTN 167 per a restauració
- CTN 182 per a hotels i apartaments turístics
- CTN 184 per a càmpings i ciutats de vacances
- CTN 187 per a serveis municipals
- CTN 188 per a instal·lacions nauticoesportives i turisme actiu

Els comitès tècnics de certificació: liderats per l'ICTE, són els òrgans en els quals s'estudien, debaten i, si és procedent, aproven els expedients de l'oferta turística per a l'obtenció de la Q de Qualitat Turística. Turisme CV té vocalia en dos subcomitès: Hotels i apartaments turístics i platges. En 2020, es va participar en 16 comitès i es van valorar 198 expedients.

Segell Safe Tourism Certified: Cal assenyalar les accions específiques desenvolupades en el marc de la pandèmia, com la participació en els grups de treball creador per l'ICTE per a elaborar les especificacions per a obtenir el segell Safe Tourism Certified. En aquest sentit, cal assenyalar que 88 entitats de la Comunitat Valenciana han obtingut aquest segell, la qual cosa representa al voltant del 9 % nacional.

3.2.3- Foment de la sostenibilitat en el turisme de la CV

Atesa l'anomenada localització dels ODS i el seu trasllat en el pla local, en 2019, Turisme CV va elaborar i va editar la Guia de 100 recomanacions per a la consecució dels ODS en destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana, amb la qual cosa es va convertir en la primera regió que va adaptar els Objectius de Desenvolupament Sostenible. En 2020, s'ha mesurat el grau

d'implantació d'aquestes 100 recomanacions en les 28 destinacions que integren la xarxa de destinacions SICTED CV.

Paral·lelament, s'ha treballat amb aquest grup de destinacions en l'elaboració de recomanacions específiques per a l'adaptació del canvi climàtic.

3.3. PROGRAMES D'AJUDES 2020

L'any 2020 ha vingut marcat per la crisi COVID, que va afectar des del primer trimestre de l'any l'execució de nombrosos projectes i iniciatives que tenien previstes realitzar els agents del sector públic o privats: entitats locals, empreses i associacions que són beneficiàries de les convocatòries d'ajuda que Turisme Comunitat Valenciana resol cada anualitat i que també ho ha fet en 2020.

Les dues convocatòries d'ajuda de concurrència competitiva 2020 van ser publicades el mes de desembre de 2019, mes previ a la COVID, per la qual cosa es va requerir un esforç de sol·licitants i gestors dels programes per a adequar en la manera possible el plantejament dels projectes perquè foren viables en 2020 dins de les característiques en cada convocatòria d'ajudes.

Així, finalitzat el termini de presentació de sol·licituds, el mes d'abril de 2020 es va contactar, mitjançant escrit del director de Turisme Comunitat Valenciana, amb tots els sol·licitants perquè exposaren la seua voluntat de continuar amb el projecte per al qual havien sol·licitat ajuda, l'adequaren a la situació sobrevinguda dins dels supòsits que permetia la legislació vigent o renunciaren a la realització.

Això va permetre que es pogueren resoldre amb informació precisa sobre els projectes i imports destinats a actuacions programades en 2020 adequats a la situació.

De les dades que es faciliten a continuació pot concloure's que les línies d'ajuda dedicades a projectes d'inversió s'han executat amb poques modificacions; però no les línies de suport a campanyes de comunicació, màrqueting i molt especialment les línies de suport a esdeveniments, cancel·lats en molts casos.

Per a ajudar a pal·liar els efectes de la COVID, el 29 d'abril es va publicar en el DOGV el DECRET 48/2020, de 17 d'abril, del Consell, d'aprovació de les bases reguladores i de concessió directa d'ajudes urgents a persones treballadores en règim autònom, i petites i mitjanes empreses del sector turístic afectades per la crisi de la COVID-19.

3.3.1. Ajudes de concurrència competitiva dirigides a entitats locals de la Comunitat Valenciana

Aquestes línies d'ajudes de Turisme Comunitat Valenciana s'han canalitzat a través de convocatòria pública per a garantir la concurrència competitiva entre tots els sol·licitants (Resolució de 10/12/2019 publicada en el DOGV núm. 8700 de 18712/2019), que tenen com a beneficiaris ajuntaments, organismes autònoms i ens públics que en depenen i que s'estructuren en els següents programes i subprogrames:

▪ **Programa 1: Inversió en adequació i millora dels serveis i recursos turístics.**

El programa ha tingut com a objecte el suport al finançament de projectes d'inversió que s'orientaren a la millora competitiva de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana a través de la modernització i posada en valor dels seus recursos, la millora de les estructures de la xarxa Tourist Info, la senyalització turística i la millora de la gestió mediambiental dels recursos i serveis turístics. En concret, les activitats considerades subvencionables han sigut:

1. Inversió en equipament i adequació d'espais d'ús turístic del litoral o de l'interior de la Comunitat Valenciana, zones recreatives, paisatgístiques i naturals d'interés turístic, podent-ne incloure la senyalització i/o interpretació.
2. Creació de productes turístics i posada en valor de recursos turístics que, en el seu estat actual, no siguen susceptibles d'ús per la demanda turística: adequació de sendes guiades, ecoturístiques, *egatives* d'avifauna, cicloturisme, entre altres; creació de rutes per a promoure el patrimoni cultural, el turisme industrial i *egatives* temàtics; posada en valor de recursos turístics i inversió en equipament d'espais d'ús turístic l'objectiu dels quals és donar a conèixer al visitant o turista els recursos turístics.
3. Interpretació turística dels recursos mitjançant la instal·lació *in situ* de panells o *egatives* explicatius, plaques amb codis QR, material audiovisual i multimèdia, pantalles tàctils, audioguies, utilització de sistemes basats en les noves tecnologies de la informació i comunicació, tals com tauletes tàctils multimèdia amb finalitat de suport de guies i informació sobre el recurs, podent incloure la senyalització *egative* i/o direccional.
4. Senyalització *egative* i/o direccional dels recursos turístics del municipi. La senyalització podrà comprendre un sol recurs o integrar diversos recursos del municipi en un únic *egative*.
5. Millora de l'accessibilitat als recursos turístics mitjançant l'eliminació de barreres, tals com instal·lació de rampes, plataformes elevadores, eliminació d'obstacles, equipament multimèdia específic, maquetes, models a escala i sistemes interpretatius adaptats.
6. Habilitació o adequació d'espais destinats a l'estacionament de vehicles per a millorar la mobilitat en l'espai turístic, la finalitat de la qual siga eliminar l'impacte negatiu que aquests produeixen, i altres projectes que milloren la mobilitat en l'espai turístic.
7. Inversions en oficines d'informació turística de municipis adherits a la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana, i que tinguen com a objecte la millora dels serveis al turista en destinació a través de l'adequació, renovació o modernització de les seues instal·lacions que es detallen a continuació:
8. Inversió en tecnologies per a desenvolupar en els municipis de la Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents de la Comunitat Valenciana (DTI.CV), que en la data de finalització del termini de presentació de sol·licituds arriben al nivell 3 de la xarxa DTI. CV i que estiguen reconegudes com a tal per INVAT·TUR.

Les actuacions podran estar basades en:

▪ **Programa 2: Competitivitat i desestacionalització de les destinacions turístiques**

El programa té per objecte el suport a les actuacions que milloren la competitivitat de les destinacions, entre les quals destaquen aquelles que contribuïsquen a la qualitat i sostenibilitat dels seus recursos turístics, la prestació de serveis turístics, així com l'organització i difusió d'esdeveniments i festes d'interés turístic com a vehicle de promoció de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana a través dels tres subprogrames següents:

Subprograma 2.1.: Certificació de sistemes en recursos i serveis turístics. Les actuacions previstes com a ajuda han sigut les relatives a despeses que corresponguen a l'obtenció, el manteniment i/o la renovació d'un o diversos certificats reconeguts pel Programa Qualitur de Turisme Comunitat Valenciana, en destinacions, platges, museus o oficines d'informació de la Xarxa Tourist Info.

Subprograma 2.2.: Impuls a la imatge de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana. En aquest subprograma, les actuacions subvencionables han sigut les relatives a despeses de campanyes de publicitat en mitjans de comunicació, altres suports de difusió i despeses d'organització, que tinguen com a objecte la promoció de les destinacions a través de la difusió de festes d'interés turístic o esdeveniments, que se celebren durant 2020 a la Comunitat Valenciana, mercat nacional o en mercats internacionals, vinculats a productes turístics de tipus cultural, patrimonial, rural, de naturalesa, gastronòmic, esportiu, turisme actiu, de salut, benestar i oci que constituïsquen un vehicle a la promoció.

Aquest subprograma ha reflectit els efectes de la COVID, per haver quedat suspeses totes les actuacions i esdeveniments dirigits al públic des del mes de març de 2020, com es reflecteix en el quadre amb un alt nombre d'esdeveniments amb ajuda concedida que finalment no han pogut realitzar-se.

Subprograma 2.3.: Suport a la prestació de serveis turístics en els municipis: Aquest subprograma preveu com a despeses subvencionables els serveis propis dels informadors turístics i d'atenció al visitant en museus certificats amb la Q de Qualitat Turística; la prestació dels serveis propis dels guies en visites als recursos; les despeses derivades de la seguretat i vigilància en platges de litoral i d'interior: serveis de socorrisme i salvament, personal sanitari i d'atenció a dependents; despeses derivades de l'atenció i vigilància d'espais naturals i àrees recreatives, i, en el cas de mancomunitats que compten amb un pla de governança i dinamització turística ja finalitzat, es preveu la prestació de serveis derivats de la dinamització dels productes turístics de l'àmbit territorial de la mancomunitat sol·licitant.

Aquest subprograma també ha vist afectat el programa d'activitats quan incloïa la programació de visites guiades que no han pogut realitzar-se tal com estaven previstes.

A la convocatòria d'ajudes dirigides a entitats locals 2020 es van presentar un total de 691 projectes amb la següent distribució per programes:

	DESISTITS	FAVORABLES	DESFAVORABLES	TOTAL
PROGRAMA 1	34	273	23	330
Subp.2.1 ET	3	42	1	46
Subp.2.2.ID	70	69	32	171
Subp.2.3.AT	10	126	8	144
PROGRAMA 2	83	237	41	361

El nombre total de sol·licituds presentades va ser de **691**

	FAVORABLES	REALITZATS
PROGRAMA 1	273	242
Subp.2.1 ET	42	42
Subp.2.2.ID	69	57
Subp.2.3.AT	126	103
PROGRAMA 2	237	202

De les 691 sol·licituds presentades, van resultar-ne favorables un total de 510, la qual cosa suposa el 70,94 %. És a dir, dues de cada tres sol·licituds presentades en 2020 van ser favorables i se'ls va concedir ajuda per a la realització dels projectes presentats.

El percentatge de l'ajuda va oscil·lar en els programes entre el 70 % i el 45 % del cost subvencionable de cada projecte.

TOTALS PROGRAMES 1+2	NRE. PROJECTES FAVORABLES
Província d'Alacant	107
Província de Castelló	132
Província de València	198
TOTAL	437

3.3.2. Ajudes dirigides a empreses, associacions, federacions i fundacions de la Comunitat Valenciana.

Aquestes ajudes s'han canalitzat a través de quatre programes dirigits als següents beneficiaris:

- Empreses turístiques, sempre que estigueren degudament inscrites en el Registre general d'empreses, establiments i professions turístiques de la Comunitat Valenciana en la data de presentació de la sol·licitud.
- Federacions, fundacions, associacions i empreses organitzadores d'activitats esportives i culturals d'interés turístic que se celebren a la Comunitat Valenciana.
- Associacions i empreses que desenvolupen actuacions de promoció i comercialització de productes turístics de la Comunitat Valenciana. Empreses organitzadores d'activitats de caràcter musical d'impacte turístic que se celebren a la Comunitat Valenciana.

- Empreses organitzadores d'activitats de caràcter musical d'impacte turístic que se celebren a la Comunitat Valenciana.

Aquestes ajudes 2020 de Turisme Comunitat Valenciana es van canalitzar a través de convocatòria pública per a garantir la concurrència competitiva entre tots els sol·licitants (Resolució, de 10/12/2019, publicada en el DOGV núm. 8700 del 18/12/2019)

Cada programa inclou les actuacions que s'incentiven, destacant l'impuls a aquelles que contribuïren a l'adequació de l'oferta turística als nous requeriments de la demanda mitjançant l'adequació de les instal·lacions, la racionalització de recursos naturals, el foment del turisme incliusiu i el posicionament de les nostres destinacions i productes per mitjà d'actuacions de difusió, promoció i comercialització.

▪ Programa 1: Foment de la competitivitat empresarial

El programa té per objecte fomentar la realització de projectes tendents a incrementar la competitivitat en el mercat nacional i internacional, així com combatre l'estacionalitat del producte turístic, a través de:

1. Impuls al turisme sostenible i responsable, mitjançant:

- a) Inversions dirigides a la racionalització del consum de recursos naturals i a la minimització dels impactes ambientals generats pels establiments turístics valencians sobre el seu entorn, tals com:
 - Inversions destinades a incentivar l'ús d'energies renovables mitjançant l'aplicació d'alguna de les següents tecnologies: solar tèrmica de baixa temperatura, solar fotovoltaica, minieòlica, biomassa tèrmica i geotèrmia.
 - Inversions destinades a la millora de l'eficiència hídrica dels establiments turístics: racionalització en consums d'aigua en les instal·lacions mitjançant la instal·lació d'aixeteria dotada de vàlvula termostàtica i/o aixetes electròniques i sistemes de reutilització d'aigües grises.
 - Inversions destinades a la reducció de l'impacte de l'activitat turística sobre l'entorn: les encaminades a la reducció de contaminació acústica, lumínica i atmosfèrica; emissió de fums, depuració, reciclatge i eliminació de residus.
 - Sistemes de desinfecció complementària de les conduccions d'aigua dels establiments turístics.
 - Inversions destinades a la reducció de consum o substitució d'elements contaminants i residus —plàstics i similars— en les instal·lacions.
 - Inversions destinades a incentivar l'estalvi i l'eficiència energètica mitjançant: substitució de lluminàries per led, substitució o incorporació de sistemes de control i regulació de la il·luminació, rellotges astronòmics i/o telegestió, en instal·lacions d'il·luminació interior i enllumenat exterior.
 - Inversió en dispositius de recàrrega elèctrica d'automòbils en els establiments d'allotjament turístics.
 - Inversions en obra, instal·lacions o equipament en projectes de productes altament especialitzats, segmentats i de base experiencial, encaminades a dinamitzar la destinació o reduir l'estacionalització del sector i que s'ajusten als grups d'acció definits en l'estratègia CreaTurisme, com en el cas dels que s'engloben en:

- Mediterrani Cultural: Ruta de la Seda, Territori Borja, Ruta del Grial, Camins de Dinosauris, Xarxa de Centres d'Art Contemporani i Ruta Modernista
- Mediterrani Natural i Rural: agroturisme, pescaturisme, *birdwatching*, parcs naturals, ecoturisme, gastroturisme, oleoturisme i enoturisme.
- Mediterrani Actiu/Esportiu: actiu-aventura, activitats nàutiques, busseig, cicloturisme i MTB, turisme esportiu.

2. Impuls del turisme accessible i inclusiu, mitjançant:

- a) Actuacions que faciliten l'accessibilitat i l'ús dels establiments turístics per a persones amb diversitat funcional, mitjançant la incorporació de tecnologies, tals com la creació d'itineraris accessibles, sistemes de senyalització acústica i visual, sistemes interpretatius adaptats i portes automàtiques, entre altres.
- b) Inversions en obres o sistemes que puguin aconseguir l'accessibilitat universal de l'establiment dins del termini de justificació, incloent-hi l'increment del nombre d'habitacions i banys accessibles, l'eliminació de barreres arquitectòniques i l'adequació de l'ús per part de persones amb diversitat funcional, tals com ascensors, rampes, plataformes elevadores, portes automàtiques o eliminació d'obstacles d'acord amb la normativa vigent

3. Impuls de la innovació empresarial a través de la inversió en prestació de serveis de valor afegit, mitjançant:

- a) Instal·lació de sistemes de seguretat i contra incendis que superen el codi tècnic d'edificació.
- b) Instal·lació de sistemes d'obertura electrònica d'accessos i habitacions.
- c) Inversions en obra, instal·lacions o equipament en productes altament especialitzats, segmentats i de base experiencial, encaminades a dinamitzar la destinació o reduir l'estacionalització del sector que s'ajusten als grups d'acció definits en l'estratègia CreaTurisme, com en el cas dels que s'engloben en:
 - Mediterrani Cultural: Ruta de la Seda, Territori Borja, Ruta del Grial, Camins de Dinosauris, Xarxa de Centres d'Art Contemporani i altres productes culturals
 - Mediterrani Natural i Rural: agroturisme, *birdwatching*, parcs naturals, ecoturisme oleoturisme i enoturisme.
 - Mediterrani actiu/esportiu: actiu-aventura, activitats nàutiques, busseig, cicloturisme i MTB, turisme esportiu.
- d) Adquisició i implantació de solucions basades en les TIC, per a millorar l'eficiència i la gestió del negoci, així com la promoció, comunicació i comercialització de productes i/o serveis turístics: punts d'informació interactius en els establiments i en els punts d'acollida dels usuaris.
- e) Adquisició i incorporació de sistemes de gestió intel·ligent (domòtica).

■ Programa 2: Suport a activitats esportives i culturals d'impacte turístic internacional

Aquest programa tenia per objecte incentivar el desenvolupament d'activitats esportives i culturals a la Comunitat Valenciana d'impacte internacional i que afavoriren la generació de fluxos turístics cap a la nostra destinació, per a contribuir, així mateix, a la creació de producte turístic singular i a la desestacionalització de l'activitat turística.

Estava orientat a federacions, fundacions, associacions i empreses organitzadores d'activitats esportives i culturals de gran impacte turístic i se centrava en:

1. Campionats, proves, concentracions i esdeveniments esportius d'impacte internacional que se celebren a la Comunitat Valenciana.
2. Altres esdeveniments culturals d'impacte internacional vinculats a les arts escèniques que se celebren a la Comunitat Valenciana.

Les ajudes han estat destinades a finançar la promoció i la difusió de l'activitat subvencionada en mercats nacionals i internacionals, vinculant necessàriament aquesta amb la promoció i difusió de l'oferta turística de la destinació Comunitat Valenciana, així com part de les despeses de l'organització de l'actuació objecte de la subvenció.

En l'inici de l'informe ja s'avança que aquest programa s'ha vist afectat per les restriccions de la COVID, si bé gran part dels esdeveniments es van celebrar en el primer trimestre de l'any, motiu pel qual l'impacte de les cancel·lacions va ser menor.

▪ Programa 3: Impuls al màrqueting de producte turístic de la Comunitat Valenciana

Aquest programa tenia com a objectiu incentivar el desenvolupament de projectes que contribuïsquen a introduir en el mercat productes turístics de caràcter desestacionalitzador i de base experiencial per a diversificar l'oferta, així com la seua promoció i comercialització, que s'ajusten als grups d'acció definits en l'estratègia CreaTurisme, com en el cas dels que s'engloben en:

- Mediterrani Cultural: Ruta de la Seda, Territori Borja, Ruta del Grial, Camins de Dinosauris, Xarxa de Centres d'Art Contemporani i altres productes culturals.
- Mediterrani natural i rural: agroturisme, pescaturisme, *birdwatching*, parcs naturals, ecoturisme, gastroturisme, oleoturisme i enoturisme.
- Mediterrani Actiu/Esportiu: actiu-aventura, activitats nàutiques, busseig, cicloturisme i MTB, turisme esportiu.

Les activitats subvencionables han de tindre per objecte el posicionament, la promoció, distribució o comercialització de productes turístics especialitzats, segmentats i de base experiencial:

- a) Campanyes de publicitat en mitjans de comunicació en línia i fora de línia.
- b) Creació de suports o canals de difusió multiidioma.
- c) Despeses de participació en fires o accions promocionals i missions comercials.
- d) Contractació d'un gerent o responsable per a l'execució de projectes presentats per associacions per a l'execució de les actuacions detallades abans. La funció del gerent serà la creació, promoció i introducció de producte turístic, encaminat al reforç de l'estructura de gestió per a la comercialització de productes turístics de la Comunitat Valenciana. Serà necessària la participació del gerent en els grups de treball de Creaturisme impulsats per Turisme Comunitat Valenciana, així com en el desenvolupament i la implantació d'aquests plans en el seu territori d'actuació.

▪ Programa 4: Impuls a les activitats musicals d'impacte turístic

Aquest programa tenia per objecte incentivar el desenvolupament d'activitats musicals a la

Comunitat Valenciana d'impacte turístic, per a contribuir a la creació d'un producte turístic singular i a la desestacionalització de l'activitat turística a través de MEDITARRANEW MUSIX / MEDITERRANEW FEST.

Les ajudes anaven destinades a finançar la promoció i la difusió de l'activitat subvencionada en mercats nacionals i internacionals, vinculades necessàriament amb la promoció i difusió de l'oferta turística de la destinació Comunitat Valenciana, així com part de les despeses de l'organització de l'actuació objecte de la subvenció.

Les activitats subvencionables són:

- a) Campanyes de publicitat en mitjans de comunicació en línia i fora de línia.
- b) Publicitat estàtica i marxandatge en el recinte.
- c) La publicitat a través d'altres suports de difusió.
- d) Despeses concretes de l'organització de l'actuació subvencionable.

Aquest ha sigut el programa que ha patit en major mesura l'impacte de la crisi COVID, ja que la celebració dels esdeveniments musicals es concentra en els mesos de juny a setembre i cap dels que estaven previstos per a aquestes dates va poder celebrar-se. La resolució de concessió d'aquest programa es va ajornar fins al mes de novembre de 2020 per a tindre informació precisa de la situació en la qual estaven les sol·licituds i donar suport a aquelles que havien pogut subscriure's abans de la pandèmia o havien realitzat la difusió de l'esdeveniment.

En 2020, es van presentar 410 projectes amb la següent distribució per programes:

	PROGRAMA 1	PROGRAMA 2	PROGRAMA 3	PROGRAMA 4	TOTAL
Avaluats conforme a l'objecte de la convocatòria FAVORABLES	59	21	65	24	169
Avaluats conforme a l'objecte de la convocatòria DESFAVORABLES/ DESISTIMENTS expressos i tàcits	103	41	76	21	241
TOTAL SOL·LICITUDS PRESENTADES	162	62	141	45	410

El percentatge de l'ajuda va oscil·lar en els programes entre el 70 % i el 45 % del cost subvencionable de cada projecte.

TOTAL PROGRAMES EMPRESES PER PROVÍNCIES	NRE. PROJECTES FAVORABLES
Província d'Alacant	44
Província de Castelló	39
Província de València	158
TOTAL	241

3.3.3. DECRET 48/2020, de 17 d'abril, del Consell, d'aprovació de les bases reguladores i de concessió directa d'ajudes urgents a persones treballadores en règim autònom, i petites i mitjanes empreses del sector turístic afectades per la crisi de la COVID-19.

En el qual es van establir dues línies d'ajudes urgents de concessió directa:

- 1) Destinades a persones treballadores autònomes i pimes que desenvolupen les seues activitats en el sector turístic i estiguen adherides al programa Creaturisme o compten amb la distinció SICTED, i a persones treballadores autònomes i pimes que siguen agències de viatges.
- 2) Dirigides a entitats i empreses adherides a Mediterranean Musix / Mediterranean Fest de Turisme Comunitat Valenciana.

De les 908 sol·licituds presentades, van resultar-ne favorables 887, la qual cosa suposa el 97,69 % del total de sol·licituds tramitades.

Quant a la distribució de les sol·licituds aprovades, va ser la següent:

LÍNIA 1

CREATURISME	SOL·LICITUDS FAVORABLES
Província d'Alacant	38
Província de Castelló	29
Província de València	70
TOTAL	137

SICTED	SOL·LICITUDS FAVORABLES
Província d'Alacant	79
Província de Castelló	45
Província de València	86
TOTAL	210

AGÈNCIES DE VIATGES	SOL·LICITUDS FAVORABLES
Província d'Alacant	159
Província de Castelló	34
Província de València	310
TOTAL	503

LÍNIA 2

MEDITERRANEAN MUSIX / MEDITERRANEAN FEST	SOL·LICITUDS FAVORABLES
Província d'Alacant	7
Província de Castelló	8
Província de València	22
TOTAL	37

3.4. ESTADÍSTIQUES DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA



3.4.1. Estadístiques de Turisme, una eina d'anàlisi

La Llei 15/2018, de 7 de juny, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana, preveu l'anàlisi estadística com una acció d'impuls i instrument de foment del coneixement turístic.



Situada en el web institucional de Turisme CV, la secció denominada “Estadístiques de Turisme de la Comunitat Valenciana” (<http://estadistiquesdeturisme.gva.es>) és una eina d'anàlisi, planificació i seguiment de l'activitat turística, amb més de 10 anys de trajectòria i dirigida al conjunt del sector, l'objectiu de la qual és facilitar la presa de decisions encaminades a la millora de la competitivitat del turisme valencià.

La informació difosa és fruit de la col·laboració de Turisme CV amb els òrgans responsables de les estadístiques oficials de turisme: Institut Nacional d'Estadística i Turespaña, la Direcció General d'Emprenedoria i Cooperativisme, com a òrgan central d'estadístiques a la CV, els agents turístics de la Comunitat Valenciana, així com de fonts i estudis propis.

En “Estadístiques de Turisme” s'ofereix informació detallada de la Comunitat Valenciana, així com desagregada per zones turístiques, mitjançant la publicació d'anuaris, informes, estudis i altres

productes d'interés, seguint un calendari preestablert. Tots els documents són de descàrrega lliure (no requereix subscripció) i gratuïta. El nombre anual de visites a la secció "Estadístiques de Turisme" del web institucional es va situar en 2020 entorn de les 10.400.

Per a respectar el màxim possible el calendari de publicacions 2020, es va realitzar un esforç d'adaptació personal i material al teletreball, així com a suplir la pèrdua de dades mitjançant l'estimació i el contrast amb altres fonts.

En 2020, Turisme Comunitat Valenciana, en col·laboració amb Exceltur, va realitzar una nova edició de l'estudi Impactur (bianual), sobre l'impacte del turisme en l'economia i en l'ús de la Comunitat Valenciana, referit a 2019, en el seu marc i a fi de respondre a les necessitats conjunturals provocades per la pandèmia, que va donar com a resultat una aproximació de l'impacte de la COVID-19 en l'exercici 2020 acompanyada de mesures de reactivació.

ESTADÍSTIQUES DE TURISME CV EN XIFRES		
	2019	2020
Visites*	9.718	10.383
Publicacions	99 informes conjuntura	92 informes conjuntura
	5 balanços	5 balanços
	5 anuaris	4 anuaris
	36 informes mercat (7 nacionals)	50 informes mercats (13 nacionals)
	5 informes producte	1 informe producte
	10 altres informes	13 altres informes
Peticions d'informació	97	270

*Elaboració pròpia a través de Google Analytics.

En 2020, es van realitzar 165 publicacions, cosa que va suposar un increment del 3,1 % respecte a 2019, i destaca l'increment d'informes de mercat i de les peticions d'informació. En 2020, s'han fet 4 nous informes basats en l'explotació del registre.



3.4.2. Programa estadístic i col·laboració en el PVE 2019-2022

La finalitat és aportar informació qualificada, de tipus quantitatiu i qualitatiu, en la qual donar suport a les actuacions de l'Administració pública i d'entitats privades en matèria turística, per a possibilitar un coneixement estadístic detallat del mercat turístic de la Comunitat Valenciana i dels elements de l'entorn que hi influeixen.

El programa es basa tant en fonts pròpies com externes, a fi d'ampliar l'explotació dels principals indicadors turístics en l'àmbit de la Comunitat Valenciana.

A. Fonts pròpies

- Anàlisi de l'evolució de la temporada turística estiu, així com de l'ocupació d'establiments turístics durant ponts i festes nacionals d'interés per a l'activitat turística de la Comunitat Valenciana, mitjançant una enquesta a una mostra de l'oferta, per tipologies i zones turístiques i, si és procedent, amb la participació d'associacions del sector.
- Anàlisi de la demanda de la Xarxa Tourist-Info durant la temporada d'estiu, en col·laboració amb el Servei de Producte i Territori. Des del Servei de Planificació i Estratègia Turística es va realitzar l'informe general de resultats, a partir de l'explotació dels qüestionaris omplerts pels usuaris de la Xarxa en les mateixes oficines (5.466 qüestionaris de 103 oficines participants en 2020).
- Actualització de l'oferta turística de la CV a partir del Registre de Turisme.
- Estudi sobre els turistes estrangers entrats per l'aeroport de Castelló, en col·laboració amb la Direcció de l'aeroport de Castelló.

B. Col·laboració amb altres organismes i altres fonts externes

Els acords i convenis de col·laboració en matèria estadística en vigor durant 2020 han sigut:



- Nou Conveni de col·laboració entre l'Institut Nacional d'Estadística (INE), la Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball de la Generalitat (la CESSPCT com a departament de la Generalitat que assumeix les competències en matèria d'estadística, segons estableix el Decret 105/2019, de 5 de juliol, del Consell) i Turisme CV, de 30 d'abril de 2020, en matèria d'estadístiques de turisme, amb el propòsit d'establir els compromisos de coordinació tècnica i suport metodològic per a l'ampliació de la mostra de les operacions estadístiques FRONTUR I EGATUR a la Comunitat Valenciana, per a disposar de grandàries mostrals suficients que permeten desagregar les estadístiques per províncies, així com per a Benidorm i la ciutat de València (vigència: 4

anys, prorrogables per un únic període d'igual duració. En 2020, la Comissió de Seguiment es va reunir amb data 21/12/2020.

En 2019, Turisme CV va adjudicar la contractació de l'ampliació de la mostra Frontur/Egatur Comunitat Valenciana en els aeroports d'Alacant-Elx i València i de l'estudi de turistes estrangers que han tingut entrada per l'aeroport de Castelló (lots 1 i 2 de l'expedient núm. 13/18). Es van iniciar els treballs de camp el maig de 2019 amb una duració de 2 anys, fins a l'abril de 2021, amb possibilitat de pròrroga per dos períodes addicionals de sis mesos. En 2020, l'impacte de la COVID-19 s'ha traduït en una cancel·lació de totes les operacions regulars a l'aeroport de Castelló, en conseqüència, s'ha tramitat una suspensió del lot 2 del contracte entre els mesos de novembre de 2020 i març de 2021.

- Col·laboració amb l'Institut de Turisme d'Espanya (TURESPAÑA) en matèria d'anàlisi turística. Fruit d'aquesta col·laboració van ser els informes mensuals realitzats per a la Comunitat Valenciana sobre "Companyies aèries de baix cost (CBC)" i "Ocupació turística", en correspondència amb els informes de caràcter nacional. Turisme CV va participar en el grup de treball d'estadístiques de la Comissió Sectorial de Turisme.



MINISTERIO
DE ENERGÍA, TURISMO
Y AGENDA DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA



GENERALITAT
VALENCIANA



TURISME
COMUNITAT VALENCIANA

III Trimestre 2020. Ocupació Turística a la Comunitat Valenciana

- Col·laboració amb SEGITTUR Societat Mercantil Estatal per a la gestió de la innovació i les tecnologies turístiques, amb l'actualització de dades CV en la pàgina web Reactivatur.

B.1.B.1. Col·laboració amb l'INE

Anualment es renoven les diferents peticions d'informació contínua a l'INE, i es treballa mensualment el següent tipus d'informació:

- Indicadors de l'Enquesta d'ocupació hotelera (EOH):
 - Variables de demanda, segons el país d'origen per a l'àmbit provincial.
 - Indicadors d'oferta per zones i punts turístics.
 - Indicadors de rendibilitat hotelera (ADR i Revpar) per províncies i destinacions Benidorm i València ciutat.
- Indicadors de l'enquesta d'ocupació extrahotelera: Desagregació mensual de les dades de demanda (viatgers i pernoctacions), segons el país d'origen per a l'àmbit provincial en les modalitats de càmpings i apartaments turístics.

En 2020, s'ha incorporat l'emissor noruec a la desagregació per mercats d'origen de l'Enquesta d'ocupació en campaments turístics.

B.2. Col·laboració amb la Direcció General d'Emprenedoria i Cooperativisme

Aquesta col·laboració s'articula a través del Servei d'Estadístiques Econòmiques, Demogràfiques i Socials:

- Explotació de l'EPA per al sector turístic per províncies.
- Recepció mensual d'una part dels directoris de les enquestes d'ocupació en allotjaments turístics de l'INE, amb informació sobre places oferides i període d'obertura.
- La Conselleria d'Economia participa, juntament amb Turisme CV, en el conveni amb l'INE en matèria d'estadístiques de turisme.

B.3. Col·laboració amb el sector turístic

Col·laboració amb Hosbec, l'Associació de Càmpings i la Fundació Turisme València en el seguiment de l'ocupació en establiments turístics en temporada alta, ponts i altres períodes d'interés, a fi de millorar l'índex de resposta i com a mesura per a reduir la càrrega en l'ompliment d'enquestes per part de les unitats informants.



B.4. Operacions en el marc del Pla valencià d'estadística 2019-2022

- Assistència a reunions de la Comissió d'Estadística de Presidència, en relació amb l'elaboració de la proposta de Pla sectorial estadístic de Presidència i la tramitació del Pla valencià d'estadística (PVE). En aquest sentit, l'anuari *El turisme a la Comunitat Valenciana* formarà part del nou pla estadístic de la Comunitat Valenciana (2019-2022) en tràmit.

Col·laboració en el Pla valencià d'estadística 2019-2022, sent responsables del desenvolupament de les operacions relatives a:

- L'oferta turística municipal i comarcal (explotació del Registre de turisme).
- Els indicadors de demanda del sector turístic (desagregació per a la Comunitat Valenciana, províncies i destinacions Benidorm i València ciutat, dels turistes en tota mena d'allotjament).
- L'anuari *El turisme a la Comunitat Valenciana*, s'ha incorporat al nou pla estadístic de la Comunitat Valenciana 2019-2022.

En 2020, s'ha tancat el balanç 2019 i s'ha actualitzat l'execució de 2020 i les previsions per a 2021.

C. Altres fonts

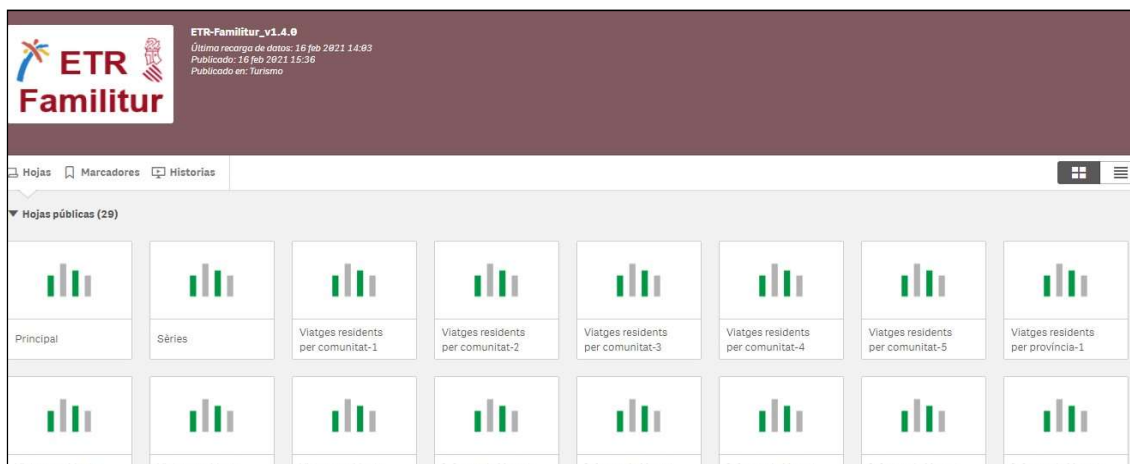
Seguiment i anàlisi periòdica (quinzenal/mensual/trimestral) d'altres indicadors:

- **INE:** Estadístiques experimentals

- **Turespaña:** Fitxes mercats
- **Tresoreria de la Seguretat Social:** petició contínua de caràcter mensual per a obtenir el nombre d'afiliats en les branques d'hostaleria i agències de viatges.
- **Hosbec:** ocupació hotelera, en apartaments i càmpings.
- **Aena:** flux de passatgers en els aeroports valencians.
- **Exceltur:** informes de perspectives i baròmetres de rendibilitat.
- **CEHAT** (Confederació Espanyola d'Hotels i Allotjaments Turístics): Anàlisi de la indústria hotelera nacional.
- **OMT** (Organització Mundial del Turisme): Baròmetre mundial del turisme, amb informació de periodicitat bimestral
- Informes aeroports de la Comunitat Valenciana.

3.4.3. Plataforma d'intel·ligència turística (INTETUR)

Projecte desenvolupat en col·laboració amb el Servei d'Informàtica que sorgeix per la necessitat de tractar i analitzar grans quantitats de dades procedents d'enquestes a la demanda turística a què Turisme CV té accés, fruit de la col·laboració amb l'INE, les enquestes a l'oferta, també en col·laboració amb l'INE i l'explotació estadística del Registre de turisme. El projecte suposa, respecte al que s'ha fet fins ara, una millora en l'anàlisi i presentació de la informació, amb el suport de la plataforma d'anàlisi de dades Qlik Sense. També permet la gestió de dades per usuaris interns no especialitzats.



En 2020, s'ha completat l'automatització de la càrrega i definició d'informes d'explotació de les microdades de les estadístiques dirigides a la demanda turística tant de la resident a l'estranger com la resident a Espanya.

En 2020, s'ha procedit mensualment a la càrrega, revisió i resolució d'incidències de 10 fitxers de microdades corresponents a les enquestes a la demanda (resident i no resident) i 29 fulls Excel corresponents a les enquestes a l'oferta (hotels, apartaments, càmpings i allotjaments rural). La falta de dades per l'impacte de la COVID-19 ha suposat un major nombre d'incidències per a resoldre.



També s'ha treballat intensament en el disseny, la comprovació i la resolució d'incidències de les taules d'explotació de la demanda, de manera que s'han automatitzat la major part dels processos, la qual cosa ha permés elaborar els informes amb major qualitat i immediatesa. Així mateix, s'ha treballat en la presentació de taules de manera automàtica en els dos idiomes oficials de la Comunitat Valenciana.



3.4.4. Difusió d'informació estadística

Anualment, es posa a la disposició dels usuaris un calendari de publicacions. Els informes generats estan disponibles en les dues llengües oficials de la Comunitat Valenciana, la qual cosa ha suposat la traducció interna de la totalitat dels 165 informes realitzats, de manera interna, des del mateix Servei de Traducció.


GENERALITAT
VALENCIANA

TURISME
COMUNITAT VALENCIANA

CALENDARI ESTADÍSTIQUES DE TURISME

Conjuntura	2021												2022
	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener
Conjuntura online	XII/2020 (5-gen)	XII/2020 (2-feb)	I/2021 (4-mar)	II/2021 (1-abr)	III/2021 (5-mai)	IV/2021 (1-jun)	V/2021 (2-jul)	VI/2021 (2-ago)	VII/2021 (1-set)	VIII/2021 (4-oct)	IX/2021 (2-nov)	X/2021 (2-dic)	XII/2021
Turistes estrangers Frontur-Egatur	XII/2020 (7-gen)	XII/2020 (4-feb)	I/2021 (3-mar)	II/2021 (7-abr)	III/2021 (7-mai)	IV/2021 (2-jun)	V/2021 (5-jul)	VI/2021 (4-ago)	VII/2021 (2-set)	VIII/2021 (5-oct)	IX/2021 (4-nov)	X/2021 (3-dic)	XII/2021
Turistes estrangers. Dades provincials		4t trim. 2020			1r trim. 2021			2n trim. 2021			3r trim. 2021		
Turistes estrangers aeroport Castelló		Any 2020											
Companyies Aèries de Baix Cost	XII/2020	I/2021	II/2021	III/2021	IV/2021	V/2021	VI/2021	VII/2021	VIII/2021	IX/2021	X/2021	XI/2021	XII/2021
Viatges turístics de l'espanyol			4t trim. 2020 (26-mar)			1r trim. 2021 (29-jun)			2n Trim. 2021 (29-set)			3r Trim. 2021 (22-dic)	
Viatges turístics de l'espanyol. Dades provincials			4t trim. 2020 (29-mar)			1r trim. 2021 (30-jun)			2n Trim. 2021 (30-set)			3r Trim. 2021 (23-dic)	
Ocupació hotelera	XII/2020 (26-gen)	I/2021 (25-feb)	II/2021 (24-mar)	III/2021 (25-abr)	IV/2021 (25-mai)	V/2021 (25-jun)	VI/2021 (25-jul)	VII/2021 (25-ago)	VIII/2021 (24-set)	IX/2021 (25-oct)	X/2021 (25-nov)	XI/2021 (27-dic)	XII/2021
Ocupació hotelera per zones turístiques	XII/2020 (27-gen)	I/2021 (26-feb)	II/2021 (25-mar)	III/2021 (27-abr)	IV/2021 (25-mai)	V/2021 (26-jun)	VI/2021 (27-jul)	VII/2021 (26-ago)	VIII/2021 (27-set)	IX/2021 (27-oct)	X/2021 (26-nov)	XI/2021 (28-dic)	XII/2021
Evolució de l'oferta hotelera	XII/2020 (1a qca.)	I/2021 (1a qca.)	II/2021 (1a qca.)	III/2021 (1a qca.)	IV/2021 (1a qca.)	V/2021 (1a qca.)	VI/2021 (1a qca.)	VII/2021 (1a qca.)	VIII/2021 (1a qca.)	IX/2021 (1a qca.)	X/2021 (1a qca.)	XI/2021 (1a qca.)	XII/2021
Ocupació extrahotelera	XII/2020 (5-gen)	XII/2020 (2-feb)	I/2021 (4-mar)	II/2021 (1-abr)	III/2021 (5-mai)	IV/2021 (1-jun)	V/2021 (2-jul)	VI/2021 (2-ago)	VII/2021 (1-set)	VIII/2021 (4-oct)	IX/2021 (2-nov)	X/2021 (2-dic)	XII/2021
Ocupació turística		4t trim. 2020			1r trim. 2021			2 trim. 2021			3r trim. 2021		
Balanços	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener

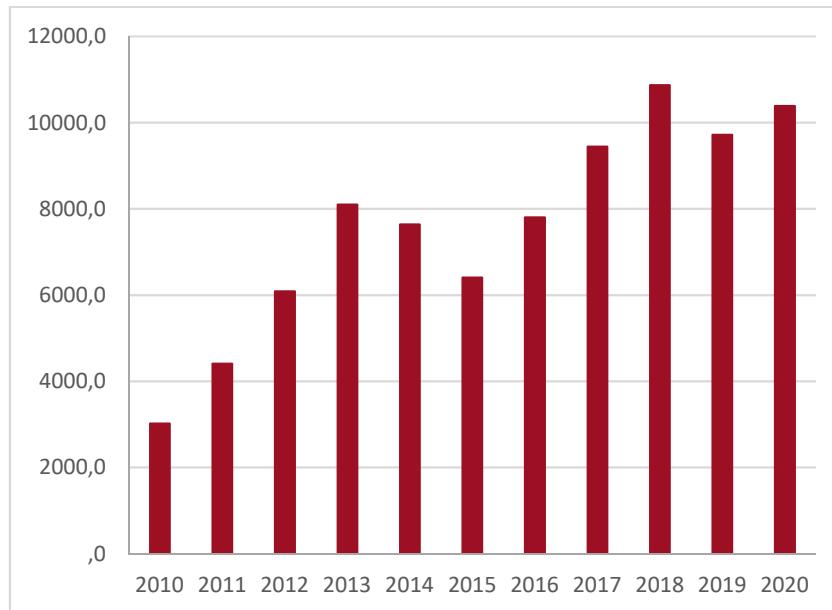
Diffusió d'un *mailing* setmanal per correu electrònic amb els últims informes estadístics publicats en l'apartat sobre estadístiques de turisme, dirigit a 242 destinataris:

- 24 federacions i associacions empresarials
- 19 organismes de l'Administració pública
- 15 representants de subsectors turístics
- 35 representants de subsectors relacionats amb activitats complementàries
- 7 representants de les cambres de comerç de la Comunitat Valenciana
- 25 consultores turístiques
- 41 investigadors turístics
- 46 tècnics turístics municipals
- 30 destinataris interns de l'AVT

Gestió de 270 peticions d'informació ateses, de les quals 148 han sigut externes sol·licitades, bé a través de l'adreça de correu electrònic mailto:estadistiques_turisme@gva.es o per organismes externs, mitjançant peticions contínues i 122 peticions internes de les àrees de turisme.

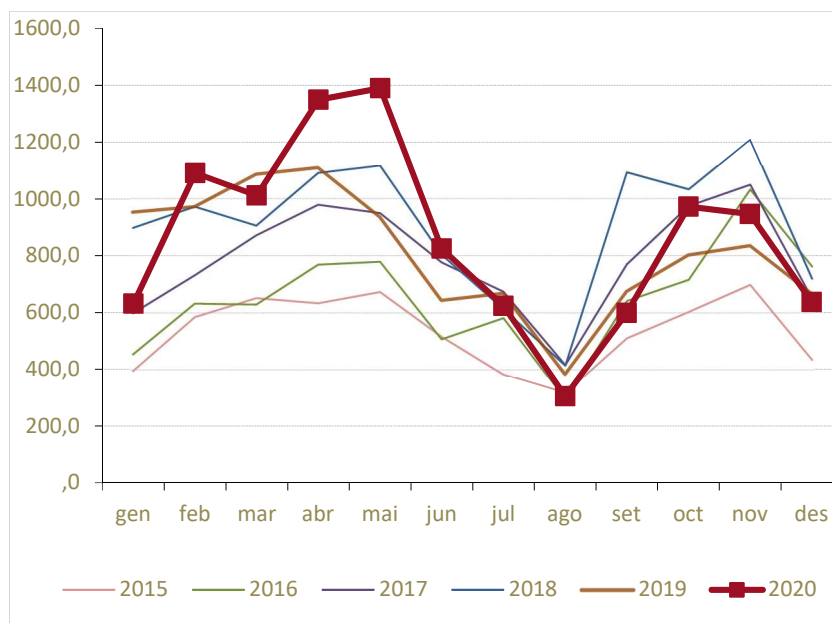
"Estadístiques de Turisme CV" destaca entre les seccions web amb informació estadística oficial sobre el turisme, pel volum i grau d'actualització de la informació, fet que es correspon amb la tendència creixent (244 %) en el nombre d'accessos des de la seua creació en 2010.

Nombre total d'accessos a "Estadístiques de Turisme CV" 2010-2020



En 2020, es van comptabilitzar un total de 10.383 visites a "Estadístiques de Turisme CV" (Google Analytics), això suposa un creixement respecte a l'any anterior del 6,8 %. Destaquen especialment els increments en les consultes realitzades en els mesos posteriors a la declaració de la pandèmia i el confinament: abril (22 %) i maig (49 %).

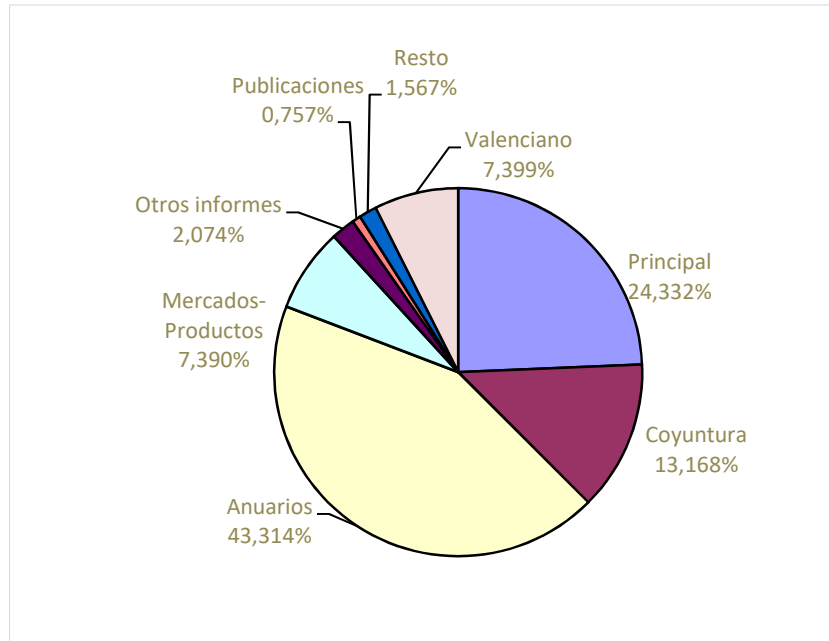
Evolució total sessions "Estadístiques de Turisme" 2015-2020



Un 43,3 % dels usuaris va accedir a "Estadístiques de Turisme CV" a través de la secció "Anuaris" i un 24,3 % a través de la pàgina principal. Aquest comportament es relaciona amb la consulta directa que els usuaris fan d'aquests informes, bé perquè coneixen els apartats i hi accedeixen directament o bé perquè fan bon ús dels enllaços amb les novetats setmanals que se'ls envia a

través del *mailing* electrònic.

Sessions per pàgina d'entrada 2020



La taxa de rebot s'ha mantingut estable respecte a 2019 (0,1 %) i presentava un valor molt satisfactori (51,3 %), indicant que prop de la meitat dels usuaris consultaven i s'interessaven per altres apartats abans d'abandonar la sessió.

En 2020, les entrades a través de l'apartat "Conjuntura i mercats" van créixer un 32,6 % i un 24,3 %, respectivament. Les entrades a través de la versió en valencià es van incrementar un 17,9 %, interanual.

3.5. Anuaris i altres estudis

Els anuaris i altres estudis pretenen contribuir al disseny d'estratègies i la presa de decisions, tant per part de les administracions turístiques com de les empreses del sector, a través de la síntesi de dades i contrast de fonts

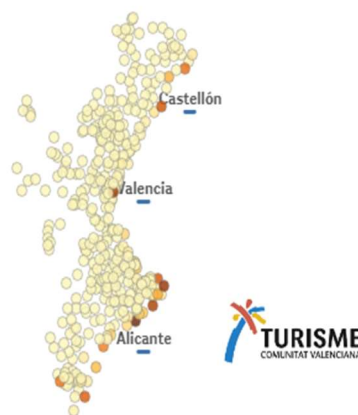


Oferta turística municipal y comarcal 2020. Volumen de plazas en apartamentos

EL TURISME A LA COMUNITAT VALENCIANA

Completa informació sobre els principals indicadors turístics de la Comunitat Valenciana i les seues zones turístiques. Integra dades subministrades per diferents fonts que permeten tindre una visió global de l'evolució del sector, a través de textos, gràfics i més de 100 taules en format exportable.

Està format per nou quaderns amb les dades sobre els allotjaments turístics, els principals indicadors per províncies i l'estat de l'excel·lència turística a la Comunitat Valenciana.



100 km
K= unidad por 1000

OFERTA TURÍSTICA MUNICIPAL I COMARCAL

Informació desagregada a escala municipal i comarcal sobre els establiments que conformen l'oferta turística a data 31 de desembre de 2019, d'acord amb el Registre de turisme.

Inclou una representació cartogràfica de l'oferta dels establiments com a eina que facilita la visualització i l'anàlisi de grans volums de dades.

Impacto económico del turismo en la Comunitat Valenciana Resumen de los principales indicadores Año 2019

15,5%	del total del PIB en la Comunitat Valenciana. 17.883 millones de euros.
15,9%	del total del EMPLEO en la Comunitat Valenciana. 318.522 puestos de trabajo.
6,8%	del total del GASTO PÚBLICO corriente en la Comunitat Valenciana. 1.125 millones de € de gasto público corriente.
15,3%	del total de IMPUESTOS recaudados en la Comunitat Valenciana. 3.849 millones de € de recaudación.

IMPACTUR 2019

Estudi de l'impacte econòmic del turisme sobre l'economia i l'ocupació amb el propòsit de poder identificar amb el major rigor i precisió els efectes directes i indirectes que el turisme representa per a la Comunitat Valenciana.

IMPACTO ESTIMADO DE LA COVID-19 SOBRE EL PIB TURÍSTICO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

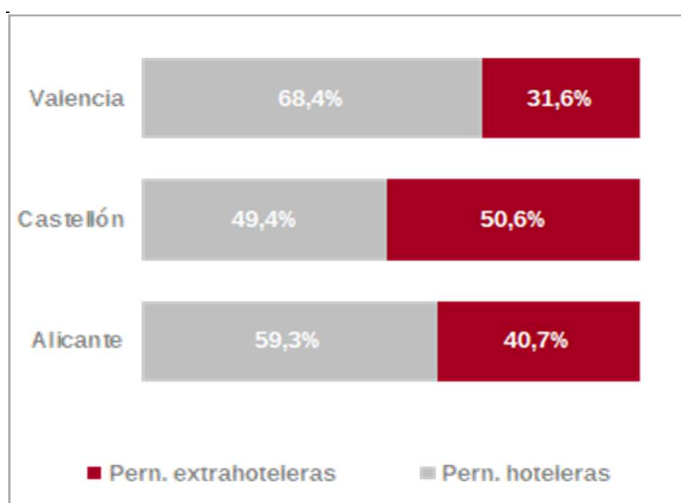
EVOLUCIÓN 2014/2020

FUENTE: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana (Exceltur)



APROXIMACIÓ A L'IMPACTE DE LA COVID-19 EN EL TURISME EN 2020 I MESURES DE REACTIVACIÓ

Una primera estimació de l'impacte de la pandèmia en l'any 2020. Informació clau per a orientar les mesures de reactivació iniciades per Turisme Comunitat Valenciana en col·laboració amb el sector.



PERFIL DEL TURISTA ALLOTJAT EN OFERTA REGLADA

Anàlisi anual del perfil del turista amb destinació a la Comunitat, allotjat en oferta reglada, d'acord amb les dades de les enquestes d'ocupació en allotjaments turístics publicats per l'Institut Nacional d'Estadística.

La resta d'estudis programats anualment han sigut:

- Balanços conjunturals, acumulat abril, estiu, anual
- Turistes estrangers en allotjament privat
- Turistes residents a Espanya en allotjament privat
- Transport aeri
- Turoperació
- Estudi turistes estrangers entrats per l'aeroport de Castelló
- Excursionisme dels residents a la Comunitat Valenciana
- Ocupació en albergs
- Habitacions hoteleres ocupades per tipus de client
- Evolució del RevPAR hotelier

Tot el procés de producció dels estudis i informes de conjuntura descrits (anàlisi, redacció en castellà i valencià, disseny de formats, edició, publicació i difusió) es realitza internament des del Servei de Planificació i Estratègia Turística.

3.6. ACCIONS DE SUPORT A LES ACTUACIONS DE POLÍTICA TURÍSTICA

3.6.1. Suport tècnic a la Presidència i Direcció de Turisme CV

Des de l'Àrea de Competitivitat Turística i a través del Servei de Planificació i Estratègia Turística, es va dur a terme la següent activitat de suport tècnic:

- Recuperatur CV
- Grup de treball Destinació Segura
- Especificacions ICTE
- Platges Segures i Destinacions d'Interior Segures
- BALANÇ 2020 DEL PLA ESTRATÈGIC DE SUBVENCIONS 2018-2020
- Càlculs Fons de Cooperació Municipal per a Municipis Turístics

REALITZACIÓ D'INFORMES 2020	QUANTITAT
Informes municipals i comarcals	134
Informes alts càrrecs	56
Fitxes reunions	15
Peticions informació/dubtes/incidències/ajudes ayudasdirectas_turisme@gva.es	2.534
Informe de gestió	1
TOTAL	2.740

3.6.2. Convocatòria i gestió dels Premis Turisme CV

Per RESOLUCIÓ, de 21 de febrer de 2020, es van convocar els Premis Turisme CV 2019, als quals es van presentar 9 candidatures en les seues diferents modalitats.

A final del mes de setembre de 2020, i coincidint amb les celebracions del Dia Mundial del Turisme, van ser entregats, pel president de la Generalitat, als guanyadors els Premis Turisme CV 2019, corresponents a la sisena edició, en un acte celebrat a la seu del Palau de la Generalitat, amb aforament limitat i complint amb tots els protocols de seguretat establits. Aquests premis, de caràcter no econòmic, expressen el reconeixement de l'Administració turística de la Generalitat a les persones, entitats i institucions que, de manera notable, hagen contribuït al desenvolupament, el foment o la promoció de la Comunitat Valenciana, i a les quals es distingeix per la seua tasca a favor del turisme.

En aquesta 6a edició, els premis concedits en les modalitats convocades van recaure en:

- **Modalitat 1, premi a la trajectòria turística** A LA FUNDACIÓ PALAU DUCAL DELS BORJA, FUNDACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA
- **Modalitat 2, premi a la formació, investigació i innovació turística** AL I CURS D'ESPECIALITZACIÓ EN TURISME GASTRONÒMIC I CULTURA CULINÀRIA
- **Modalitat 3, premi a la promoció i comunicació turística** A LA XIX EDICIÓ DE LA FIRA PRIMER CORTE DE LA MIEL DE AYORA.
- **Modalitat 4, premi al turisme sostenible** A L'ASSOCIACIÓ DE MUNICIPIS FORESTALS CV (AMUFOR) ART RUPESTRE I EL BOSC COM A MODEL DE GESTIÓ DEL TURISME

- **Modalitat 5, premi al turisme inclusiu** A LA NOCHE DE LAS VELAS, al municipi de TITAGUAS
- **Modalitat 6, premi al turista responsable** (*EX AEQUO*) A VIUNATURA, S.L. i A HORTA VIVA – VALÈNCIA ORIGINAL TOURS

El jurat va decidir atorgar esments especials a aquelles persones o entitats que durant 2020 es van distingir per la seua important contribució a pal·liar els efectes ocasionats per la COVID-19 sobre el sector turístic valencià, siga aquesta contribució de caràcter general o específica en un àmbit concret d'actuació.

- A l'ONG World Central Kitchen, des de València, a Menús Solidarios de Castelló i a Alicante Gastronómica Solidaria, que van oferir 300.000 menús solidaris, per la seua aportació en els moments més durs de la pandèmia.
- A l'Institut per a la Qualitat Turística Espanyola (ICTE) i a Eva Beltrán Zurita (tècnica de Qualitat de Turisme Comunitat Valenciana) per l'esforç realitzat en l'elaboració de les guies d'especificacions per a la reducció del contagi pel coronavirus SARS-COV-2 en establiments turístics i les recomanacions per a destinacions turístiques respecte de recursos turístics de primer ordre com les platges o destinacions d'interior.
- Als hotels Hotel Luz Castellón, Hotel AC Valencia i Complejo San Juan de Alicante, que van ser “medicalitzats” i van acollir pacients COVID, per la seua contribució a l'atenció sanitària en els moments més intensos de la crisi.



3.7. PROGRAMA D'ESPECIALITZACIÓ TURÍSTICA

Per Resolució, de 26 d'octubre de 2020, del president de Turisme Comunitat Valenciana, es van convocar huit beques per a la realització de pràctiques professionals en matèria de turisme a les dependències de l'entitat pública esmentada.

En el marc de la política de la Generalitat dirigida a la integració i especialització de joves amb llicenciatura o grau universitari que han finalitzat els seus estudis en dates recents, Turisme Comunitat Valenciana va preveure la possibilitat d'oferir realitzar pràctiques professionals en les seues dependències, per a contribuir a aquesta especialització tècnica i, alhora, facilitar l'accés al món laboral dels joves titulats, enriquint la seua formació amb nous coneixements no sols teòrics, sinó sobretot pràctics, ja que es considera que la concessió de beques amb aquesta finalitat és l'instrument més adequat per a garantir la consecució d'aquests objectius.

3.8. PROJECTES EUROPEUS I RELACIONS INTERNACIONALS

Aquesta afiliació ha possibilitat l'assistència de Turisme a nombrosos seminaris web d'interès estratègic per al sector turístic en l'àmbit europeu.



If it is not in the plan, it is not in the budget: the European Tourism Manifesto alliance, the voice of the European travel and tourism sector, urges European Union Member States to make tourism a strategic element in their national recovery plans in order to harness the potential of the sector to generate jobs and growth, and to reap the benefits from green and digital transitions.

The aim of the Recovery and Resilience Facility is to provide large-scale financial support for reforms and investments undertaken by Member States, to mitigate the economic and social impact of the coronavirus pandemic, making the EU's economies more sustainable and resilient. In order to benefit



Partint d'això, es va establir una estratègia de participació en projectes europeus, bé com a entitat col·laboradora, bé com a *partner* principal. Heus ací una llista d'alguns d'aquests:

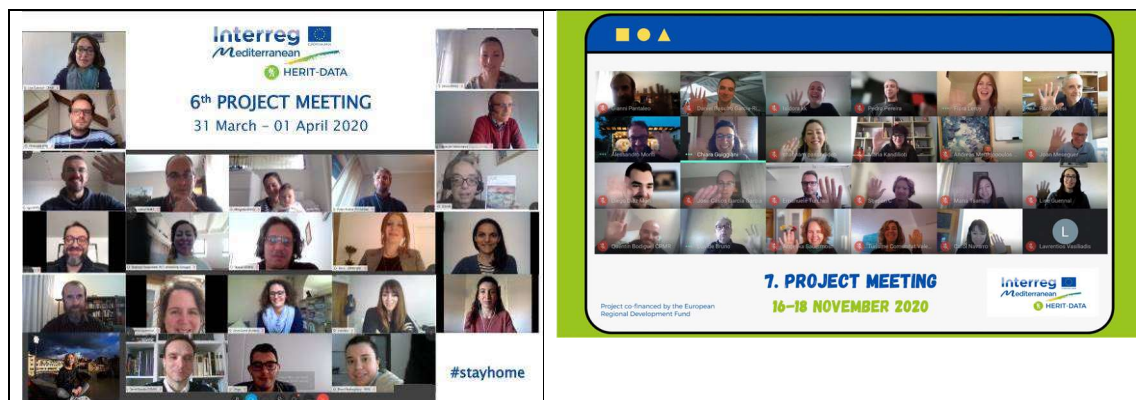


- HERIT – DATA (en condició de soci)
- ALTER ECO (com a entitat col·laboradora)
- SIROCCO (com a entitat col·laboradora)
- OASIS (Digital Platform) (com a entitat col·laboradora)
- PANORAMED (Interreg Mediterranean) (com a entitat col·laboradora)
- MITOMED + (Models of Integrated Tourism in the MEDiterranean Plus) (com a entitat col·laboradora)
- Projecte TOURISMED, Pêche Tourisme pour un développement durable dans la région méditerranéenne (com a entitat col·laboradora).

En el marc del projecte Herit Data i Alter Eco, tècnics de Turisme CV van participar en diferents reunions de treball a Salou de manera presencial i la resta van tindre lloc telemàticament per les restriccions de mobilitat fruit de la pandèmia.



Sustainable Tourism Community Kick-Off Meeting // 3-4 March 2020



3.9. PLANS DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA

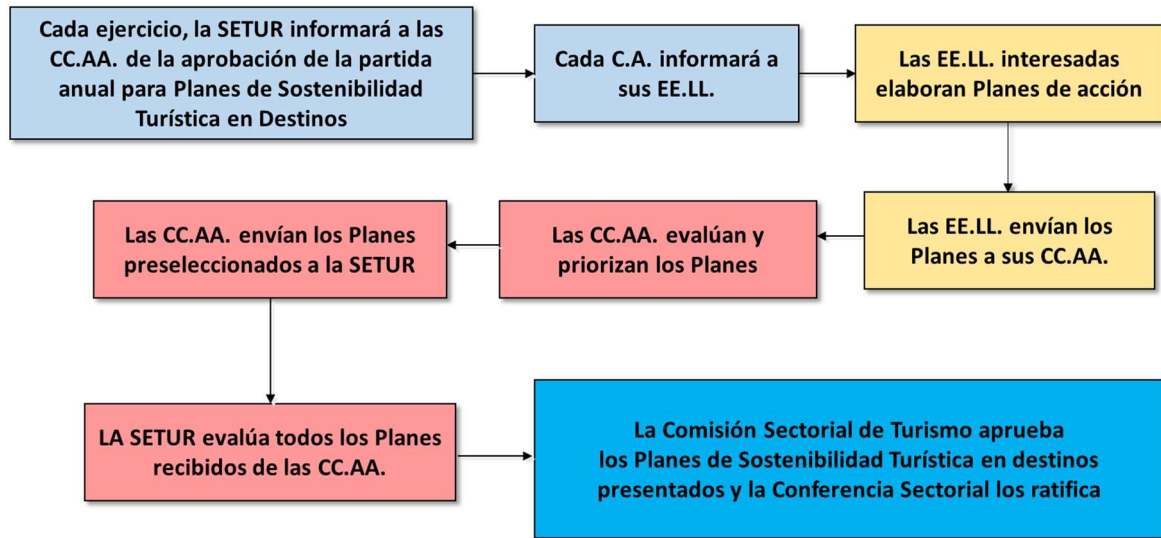
En el marc de l'elaboració del Pla estratègic del turisme espanyol 2030, considerant les directrius generals de l'Estratègia de turisme sostenible d'Espanya 2030, i tenint en compte la **necessitat que el model turístic espanyol contribuísca de manera efectiva al compliment dels ODS** de l'Agenda 2030 i a frenar la despoblació del medi rural, la Secretaria d'Estat de Turisme proposa aquest **Programa de plans de sostenibilitat turística en destinacions** que ve justificat per les següents consideracions:

- ❖ S'inscriu en l'eix estratègic de **"Governança col·laborativa"** de l'Estratègia de turisme sostenible d'Espanya 2030, i contribueix a reactivar els mecanismes de col·laboració amb les comunitats autònomes i amb les entitats locals.
- ❖ S'orienta a impulsar i consolidar l'activitat turística, preferentment en zones afectades per la despoblació, a fi d'incrementar-ne l'activitat econòmica i els nivells de renda dels seus habitants per a contribuir als objectius del **repte demogràfic**, d'acord amb l'eix estratègic de **"Creixement sostenible"**.
- ❖ Promou l'adaptació a una societat, una economia i un entorn de mercat cada vegada més digitals que impulsa l'eix estratègic **"Transformació competitiva"**.

OBJECTIUS

- ❖ **Donar suport a la reconversió de les destinacions turístiques pioneres** per a mantindre'n l'atractiu i la competitivitat, mitjançant l'execució d'actuacions de requalificació de la destinació, la restauració ambiental, l'accessibilitat, la innovació, la tecnologia i la millora de la governança, per a orientar-les cap a la gestió intel·ligent i situar-les en la senda del creixement sostenible. Es proposa un model de cofinançament repartit al 33 % entre l'AGE, la CA i l'entitat local beneficiària i receptora del pla.
- ❖ **Impulsar el desenvolupament de les destinacions turístiques situades en àrees rurals i d'interior**, mitjançant un pla centrat en l'aprofitament de recursos a través d'equipaments turístics, el desenvolupament de productes atractius per a la demanda internacional (turisme cultural, turisme actiu, ecoturisme, turisme enogastronòmic, turisme industrial...), la promoció d'aquests i el suport a la capacitat operativa dels ens gestors d'aquestes destinacions turístiques. Es planteja que el cofinançament estiga en una franja variable entre el 40-45 % per a l'AGE, 40-45 % per a la comunitat autònoma i 10-20 % per a l'Administració local.
- ❖ **Reforçar les entitats locals gestores de les destinacions turístiques** amb un instrument econòmic, tècnic i promocional.

Funcionament del programa



Amb aquest esquema de treball i en estreta relació amb les entitats locals i la SETUR, des de Turisme Comunitat Valenciana es va exercir de finestreta d'informació sobre el projecte, i es van recepcionar 9 sol·licituds que posteriorment van ser avaluades i prioritzades.

Les entitats locals que van presentar projecte van ser les següents:

- GANDIA
- BENIDORM
- VALÈNCIA
- BOCAIRENT
- DÉNIA
- PENÍSCOLA
- LA RIBERA
- CULLERA
- LA VALL D'UIXÓ
- LA PLANA BAIXA
- VISITELCHE

Finalment, la Conferència Sectorial va aprovar els plans presentats pels municipis de Gandia i Benidorm. Després d'aquest acord, es va procedir a realitzar la tramitació per a la signatura dels convenis necessaris per a articular la col·laboració entre les tres entitats.

4

INFRAESTRUCTURES TURÍSTIQUES



4.1 INFRAESTRUCTURES DE LITORAL

La finalitat del programa és dotar les platges de la Comunitat Valenciana d'infraestructura turística, per a la posada en valor d'aquests recursos, així com facilitar el gaudi de la major part dels usuaris la major part de l'any. Això requereix el subministrament als municipis de diferents elements, uns de caràcter higiènic, com llavapeus ecològics (utilitzant aigua tractada de mar), papereres, grups de papereres per a recollida selectiva de residus, passarel·les rígides d'amplària especial, passarel·les desmuntables, i altres de caràcter lúdic i esportiu, com ara jocs infantils i juvenils, àrees esportives, àrees biosaludables i zones esport-platja, així com el manteniment d'aquestes. Aquestes instal·lacions col·laboren per a la millora de les condicions d'ús turístic de les platges. Atés que molts d'aquests elements han sobrepassat per molt les seues expectatives de vida útil, els danys del temporal i l'agressivitat del medi en el qual estan instal·lats, resulta necessària una constant renovació de la infraestructura turística esmentada instal·lada en el litoral de la Comunitat Valenciana.

Durant l'any 2020, va haver-hi un episodi meteorològic que va provocar danys molt importants en la infraestructura turística instal·lada en el litoral de la Comunitat Valenciana:

- Entre el 19 i el 22 de gener: la borrasca Gloria va ser un temporal marítim de pluja, neu, vent i fenòmens costaners d'una intensitat extraordinària i abast inusitat, que van afectar fonamentalment les infraestructures del litoral. Els danys produïts van ser reparats al llarg de la resta de l'any 2020.

Malgrat la gravíssima afecció a la infraestructura instal·lada en el litoral de la Comunitat Valenciana arran d'aquest greu episodi meteorològic, al llarg de 2020 es van mantindre tres línies d'actuació:

4.1.1. Manteniment i reparació de les instal·lacions higièniques i ludicoesportives

Aquestes actuacions es van implantar a través de l'expedient 36/17 (biennal), en la tercera anualitat (pròrroga prevista en el contracte), amb dotze lots. Les actuacions més importants van ser:

Manteniment, conservació i reparació en les estacions de bombament per a aigua tractada de mar en la revisió, reparació o substitució dels equips de bombament, les boies, els calderins i el quadre elèctric, i altres elements que componen una estació de bombament amb les seues canalitzacions i llavapeus.

Manteniment, conservació i reparació de la infraestructura ludicoesportiva instal·lada en les platges, així com de les àrees de joc de voleibol de platja, futbol platja i zones d'esport platja.

Per part del Servei d'Infraestructures Turístiques de Turisme CV es va promoure la contractació de serveis professionals de dos enginyers de suport per a fer els treballs de direcció facultativa i la coordinació en seguretat i salut dels treballs materialment descrits abans i executats per diferents empreses adjudicatàries. Mensualment, es van emetre informes dels treballs realitzats, contrastats aquests amb la direcció facultativa i tenint en compte les prioritats marcades en les reunions d'inici.

4.1.2. Subministrament i instal·lació de nous elements d'infraestructura turística

Les principals accions de subministrament i instal·lació de nous elements infraestructurals que es van dur a terme en platges van ser:

- Subministrament mitjançant contractació d'emergència de passarel·les de diverses amplàries (6.000 ML de passarel·les desmuntables, 16.000 ML de passarel·les rígides d'1,2 metres d'amplària i 1.000 ML de passarel·la rígida de 2,4 metres d'amplària especial per a mantindre en els diferents tipus d'accés a la platja el distanciament mínim de 2 metres dins de les recomanacions sorgides per l'evolució de la pandèmia).
- Reinstal·lació de dotze zones de bany adaptat en platges del litoral de la Comunitat Valenciana. (Expedient 01/18 biennal en fase de pròrroga del contracte)
- Subministrament i instal·lació de 20 unitats d'àrees biosaludables per a completar la infraestructura lúdica en les platges de la Comunitat Valenciana.

4.1.3. Reparació dels danys produïts per la borrasca Gloria mitjançant encàrrec a TRAGSA com a mitjà propi de l'Administració

Les actuacions més destacades van ser:

- Instal·lació de més de 90.000 ML de canonada de diversos diàmetres per a canalització d'aigua tractada de mar des de les estacions de bombament als llavapeus de les platges del litoral afectades pel temporal.
- Execució de 20 unitats de pous de captació amb un total de 775 ML de perforació per a extraure l'aigua de la mar per a les estacions de bombament que la impulsen als llavapeus.
- Subministrament de 90 grups de recollida selectiva de residus amb un total de 270 unitats de papereres i 156 poals interiors per a papereres per a reposició de les desaparegudes per culpa del temporal.
- Subministrament i instal·lació de 353 fonamentacions per a elements higiènics (dutxes i llavapeus) en substitució dels danyats pel temporal.
- Subministrament i instal·lació de 146 llavapeus i 20 dutxes per a substitució de les perdudes o desaparegudes, així com la reparació de 1.567 llavapeus danyats i deteriorats per l'ímpetu dels fenòmens costaners.
- Retirada de 64 àrees lúdiques (jocs infantils i juvenils, àrees biosaludables, voleibol de platja, etc.) pels greus danys patits i la impossibilitat de procedir a una reparació d'aquests.
- Subministrament de 4.000 ML de passarel·les de diverses amplàries (435 ML de passarel·la desmuntable, 1.060 ML de passarel·la d'1,2 metres d'amplària i 2.605 ML de passarel·les de 2,4 metres d'amplària especial) per a reposició de les perdudes i trencades pel temporal.

4.2. INFRASTRUCTURES DE CDT

4.2.1. Millora de les instal·lacions i adequació i actualització a la normativa aplicable

Actuacions de millora de les instal·lacions, adequació i actualització normativa de les instal·lacions perquè els CdT de Castelló, València, Gandia, Dénia, Benidorm, Alacant i Torrevieja continuen sent un referent del sector turístic, mantenint les condicions de seguretat.

CdT de València: S'ha conclòs l'adequació i millora dels mitjans audiovisuals de la sala d'actes i d'altres aules del centre després de la corresponent licitació, la qual cosa ha suposat una actualització dels equips existents que repercutirà en la qualitat audiovisual d'aquests espais, així com l'emissió en plataformes web, que cada vegada té més importància.

D'altra banda, s'ha realitzat la substitució de tot l'enrajolat dels 12 lavabos situats en la caixa d'escala del CdT de València, així com de les mampares divisòries que formen les cabines dels lavabos. D'aquesta manera, s'ha dotat els lavabos de dues necessitats bàsiques: salubritat i intimitat, ja que gran part de l'enrajolat d'aquests havia caigut o estava caient, per la qual cosa molts d'aquests lavabos estaven clausurats per a evitar possibles accidents. A més, les mampares, per ser de ferro, estaven oxidades i, al seu torn, dilatades, cosa que impedia que pogueren tancar-se i que, per tant, impossibilita la privacitat, aspecte per al qual es requereixen.

CdT de Torrevieja: S'ha realitzat l'obra de substitució de l'envolupant (façanes i coberta). Amb aquesta intervenció s'han solucionat els problemes de filtracions d'aigua a través de la coberta, i també s'ha millorat considerablement l'habitabilitat de l'edifici en dotar-lo de ventilació natural i de control tèrmic en la zona d'administració. Aquesta actuació, al seu torn, facilitarà un estalvi energètic, atesos els materials utilitzats en l'execució.

Al seu torn, en aquest mateix centre s'ha realitzat el moviment dels equips de climatització en la coberta de l'edifici i la substitució dels conductes i vàlvules d'aquests, ja que es trobaven deteriorats.

CdT València, Alacant i Torrevieja: S'ha conclòs la instal·lació de substitució dels equips de climatització d'aquests tres centres. Per a aquests centres, la renovació ha suposat la substitució de les unitats de producció (fred i calor) per equips actualitzats més eficients i la incorporació d'un sistema de telegestió per al control de les noves unitats, a més d'utilitzar gasos refrigerants de menor repercussió ambiental.

CdT de Dénia: S'ha intervingut en la millora de la instal·lació de calefacció i ACS del CdT amb l'obra de substitució del col·lector de calefacció i ACS a causa d'avaries successives que impedié disposar d'ACS i que aquesta instal·lació ha sobrepassat la seua vida útil. L'actual instal·lació es realitza en plàstic PPR, cosa que allarga la vida útil de la instal·lació.

Després dels danys ocorreguts en 2020 per la DANA el setembre de 2019, es van realitzar diferents actuacions d'emergència per a retornar l'edifici al seu estat original. En primer lloc, i de manera imminent, es van tancar els buits que havia deixat el tornado en arrancar diferents finestres de l'edifici. Posteriorment, es van realitzar les tasques de reconstrucció de l'edifici, així com altres contractacions menors relacionades amb la instal·lació contra incendis, ventilació de cuines i altres.

Durant el 2020, s'ha realitzat la fixació d'una zona danyada en el sostre exterior de l'accés per als vianants al CdT, i després d'observar la millor solució per a la reparació o substitució de les persianes d'exterior de l'edifici (àmpliament afectades), s'ha iniciat una licitació pública que conclourà amb la substitució de les persianes i una altra actuació l'any 2021.

4.2.2. Centre de Desenvolupament i Acceleració Turística de València

El centre concentrarà, en un mateix espai turístic-administratiu, els diferents departaments en els quals s'organitza Turisme CV juntament amb espais destinats a facilitar el treball dels agents turístics valencians, potenciant d'aquesta manera la governança compartida i la generació de sinergies en benefici del turisme valencià.

Atés que durant l'execució de l'excavació en soterranis es va observar que la fonamentació de l'edifici del CdT actual no es corresponia amb la reflectida en els plànols d'aquest, i el risc que suposava deixar l'edifici actual descalçat, es va continuar l'execució de l'obra durant el 2020 mentre es redactava el projecte modificat. Durant l'any 2020, s'ha finalitzat l'execució de la fonamentació de l'edifici i s'ha realitzat part de l'estructura d'aquest.

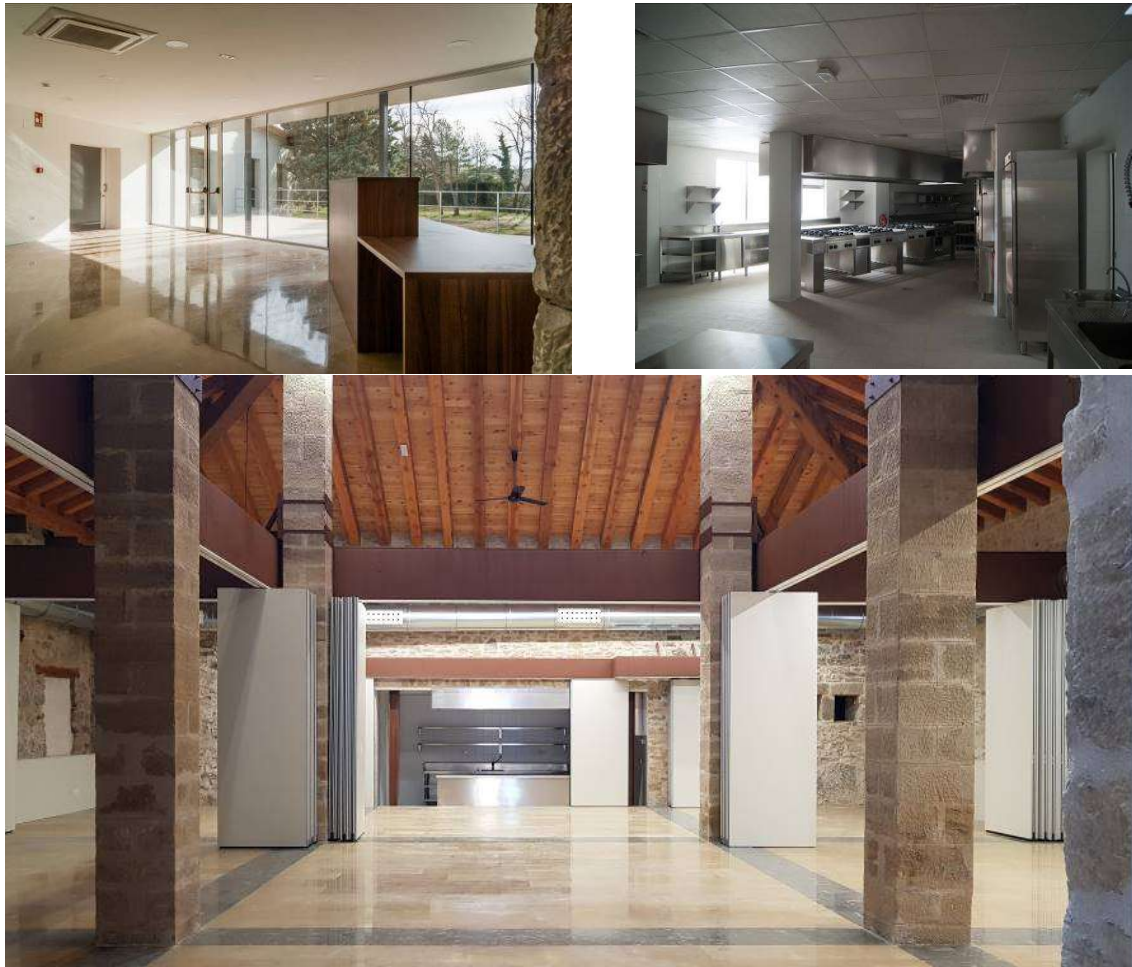
4.3 ALTRES ACTUACIONS

Instal·lacions del complex Fàbrica Giner

Únic conjunt arquitectònic de colònia industrial que hi ha en tota la comarca dels Ports. El complex, adscrit a Turisme CV, compta amb diversos immobles que ofereixen les característiques òptimes per a albergar les infraestructures i serveis necessaris per a implementar actuacions de diversa índole a favor de la qualificació, el desenvolupament i la competitivitat de les empreses, els serveis, els productes i les destinacions turístiques d'interior de tota la Comunitat Valenciana.

Hotel – Escola Fàbrica Giner: Durant el 2020, s'han realitzat treballs de reparació de diferents aspectes que s'ha comprovat, en començar l'activitat al centre, que no funcionaven correctament o que l'execució i/o disseny dels quals eren incorrectes.

Després de les obres d'inversió en diverses naus, en 2020, es va contractar el projecte per a la urbanització del complex Fàbrica Giner, que suposa la realització de les xarxes de connexió de servei d'aigua, sanejament i depuració i il·luminació, així com la demolició d'un immoble en ruïna i la reconstrucció d'un altre. Durant el 2020, s'ha licitat l'execució del projecte d'urbanització i iniciat l'obra a final de 2020, i la conclusió està prevista en 2021.



Comanda de gestió amb l'Ajuntament de Morella per al manteniment de la Fàbrica Giner: El 24 de juliol de 2017, es va signar un conveni marc entre l'Ajuntament de Morella i Turisme CV que empara l'encàrrec, que subscriu el conveni específic per a l'any 2020 el 5 d'agost.

Centre de Dia del Azud de Tuéjar: Després de diverses converses amb l'Ajuntament de Tuéjar, a final de 2019 s'ha rebut la sol·licitud en què l'Ajuntament manifesta el seu interès per a l'adequació de l'immoble com a restaurant, que es materialitza en una ordre de treball al Servei d'Infraestructures. Durant el 2020, s'ha realitzat un projecte de rehabilitació integral de l'immoble i entorn, estant pendent per al 2021 la validació dels oportuns compromisos entre l'Ajuntament i Turisme, com a pas previ a la licitació i execució de la corresponent obra.

Nova Tourist Info del port a Alacant: Les obres van finalitzar en juny de 2020, i es va posar a disposició de l'Ajuntament d'Alacant en el mes d'agost de 2020. Actualment, l'oficina de turisme es troba en funcionament.

Convenis específics amb Aras de los Olmos, Cortes de Pallás, València i Tírig per a la creació i adequació de recursos turístics Cap VII d'inversió: Durant l'any 2020, s'han formalitzat 4 convenis nominatius amb els ajuntaments esmentats per a la posada en valor de recursos turístics.

Aquests convenis han suposat actuacions d'inversió per a la creació, millora i adequació de recursos turístics existents. Els 4 convenis s'han justificat en desembre de 2020. El de Requena

està pendent de la confirmació de la Direcció General de Cultura, per actuar sobre un entorn protegit com a BRL.

Convenis específics amb Requena i Alcoi: El projecte d'Alcoi es va realitzar durant el 2020. Estant actualment pendent de remissió a l'oficina de supervisió de projectes de la Conselleria d'Hisenda.

Senyalització SISTHO: Després de la inclusió, en 2020, de 8 nous recursos/destinacions en el Catàleg de SISTHO, i la recepció de l'informe de la DG de Carreteres de l'Estat sobre les condicions tècniques necessàries per a la instal·lació dels oportuns senyals sota el SISTHO, s'ha procedit a la contractació d'un projecte d'obra per a la senyalització de 9 recursos/destinacions (s'hi afig Vinaròs, ja inclosa en el Catàleg SISTHO, però que sol·licitava canvis per noves variants). El projecte iniciat a final de 2020 finalitzarà a mitjan 2021, la qual cosa permetrà l'inici de la licitació de l'obra que concloua amb la instal·lació.

4.4. ASSESSORAMENT I INFORMES PRECEPTIUS

4.4.1. Assessorament

En 2020, es va col·laborar amb altres serveis per a aspectes com ara la intervenció per a la millora i adequació d'instal·lacions, la col·laboració en la redacció de plecs de caràcter tècnic que afecten instal·lacions, els concursos de subministraments energètics, etc., i en particular:

Subministrament d'electricitat als edificis de Turisme, com els CdT, INVAT·TUR, OIT de València, Fàbrica Giner: Es participa en els aspectes tècnics i l'assessorament requerit pel servei promotor del contracte, així com en consultes respecte als costos o la previsió de despesa relacionada amb aquest subministrament.

Subministrament de Gas Natural per a 4 CdT (Castelló, València, Dénia i Torrevieja) que disposen de gas natural canalitzat: Es va participar en l'elaboració de la documentació tècnica per a la licitació de GN des de juny de 2020.

Manteniment i millora d'instal·lacions: La participació es va circumscriure en l'assessorament d'actuacions de millora o correctives respecte dels informes de revisió i inspecció periòdiques d'instal·lacions, que han sigut contractades, o des dels mateixos edificis.

4.4.2. Informes preceptius

Amb l'objectiu de complir amb les obligacions d'informació a requeriment de diversos organismes en relació a:

- Assistència tècnica i informe d'actuacions de temporada promogudes pels ajuntaments de la Comunitat Valenciana en zones de domini públic marítim terrestre.
- A petició de la Conselleria d'Agricultura, Desenvolupament Rural, Emergència Climàtica i Transició Ecològica, competent en matèria d'abocaments a la mar i altres actuacions que pogueren tindre impacte turístic a la Comunitat Valenciana. Es van emetre 6 informes sobre aquestes matèries o altres anàlogues al llarg de 2020.
- Informes per a la sol·licitud d'autorització als serveis provincials de costes per a la reinstal·lació de la infraestructura turística i ludicoesportiva de Turisme CV instal·lada en les platges de la Comunitat Valenciana.

- Així mateix, durant 2020 es van emetre 146 informes per als serveis provincials de costes en les tres províncies, pertanyents al Ministeri de Transició Ecològica i Repte Demogràfic.



5.1. ACCIONS DE FORMACIÓ TURÍSTICA

La Xarxa de Centres de Turisme ha estat treballant, des dels seus inicis, en dues línies d'activitat:

- formació contínua
- formació ocupacional (per a l'ocupació)

Les xifres totals per al 2020, en cadascuna de les línies de formació, van ser les següents:

	FORMACIÓ CONTÍNUA	FORMACIÓ OCUPACIONAL	TOTAL
Nre. de cursos	376	225	601
Nre. de participants	6.468	4.589	11.057
Hores de formació	4.160	14.171	18.331

Per províncies, l'activitat formativa es va distribuir de la següent manera:

	CASTELLÓ	ALACANT	VALÈNCIA	TOTAL
Nre. de cursos	54	231	316	601
Nre. de participants	751	2.932	7.374	11.057
Hores de formació	2.107	9.340	6.884	18.331

5.1.1. Qualificació contínua

Aquesta modalitat formativa té per objecte la millora de la qualificació professional de treballadors en actiu en el sector turístic mitjançant el reciclatge i l'actualització dels coneixements inherents a cada lloc de treball, i es desenvolupa en les àrees i els perfils de cuina i rebosteria, servei, allotjament, direcció, gestió, formació complementària, idiomes i informàtica.

Aquesta modalitat es caracteritza per oferir cursos de curta duració, amb un enfocament eminentment pràctic i compatible amb l'horari professional, impartits per professionals

experts en el sector turístic i coneixedors, detalladament, del conjunt de problemes del sector turístic de la Comunitat Valenciana.

Durant l'any 2019 i 2020, s'ha apostat per portar grans figures de tots els àmbits del coneixement per a poder aportar un valor addicional al curs i transmetre el coneixement als professionals. Cuiners de gran prestigi, especialistes en màrqueting i comunicació de primer ordre, així com professors i catedràtics de cada àmbit de la formació per a guies han sigut les millors bases dels cursos de formació contínua 2020.

En aquest any, en la Xarxa de Centres es van realitzar 376 cursos de formació contínua, que van comptar amb 6.468 participants i van suposar 4.160 hores de formació.



5.1.1. Formació per a l'ocupació

La formació per a l'ocupació està dirigida a col·lectius de persones desocupades, tant de llarga duració (DLD) com d'inserció de col·lectius joves de població (IJ). La seua finalitat última és la qualificació en un ofici que facilite la incorporació al mercat de treball d'aquests col·lectius, per a possibilitar, en última instància, els canals per a la inserció professional dels alumnes. Es caracteritza aquesta formació ocupacional per ser cursos de llarga duració, d'enfocament molt pràctic, que es desenvolupa principalment en les àrees de cuina, servei i formació complementària.

En els últims anys, s'ha apostat de manera destacada per la formació professional per a l'ocupació dirigida prioritàriament a persones desocupades que busquen una inserció laboral en el sector de l'hostaleria i el turisme, amb actuacions formatives ajustades a les especialitats més demandades per les empreses, i associades a l'avaluació i certificació de competències professionals, amb actuacions que han resultat en elevats percentatges d'ocupabilitat i inserció laboral dels participants que les han superades amb aprofitament.

En l'actualitat, els CdT de la Xarxa es troben homologats pel SERVEF per a la impartició dels certificats de professionalitat de la família d'hostaleria i turisme publicats, i s'ha fet un esforç especialment intens en aquelles qualificacions professionals amb una major inserció laboral (cuina, servei de bar, cafeteria i restaurant), però també s'ha ampliat i consolidat el catàleg d'accions formatives concordes amb les necessitats professionals, continuant amb el procés de reconeixement oficial i formal de les competències adquirides pels participants en els cursos que s'imparteixen en els centres de la Xarxa, per tal de vetlar per la millora de la formació i professionalitat del sector turístic, mitjançant l'obtenció dels certificats de professionalitat esmentats, instrument que permet acreditar la capacitació per al desenvolupament d'una activitat laboral amb significació per a l'ocupació, i que configura un perfil professional de caràcter oficial, amb validesa en tot el territori nacional i reconeixement en l'àmbit europeu.

Així doncs, durant 2020, es va oferir pràcticament tot el catàleg de certificats de professionalitat. Durant 2020, van ser 328 els cursos de formació professional per a l'ocupació impartits, amb 4.589 participants i 14.171 hores de formació.

5.2. EL TURISME D'INTERIOR I LA NOVA CONFIGURACIÓ DE LA XARXA DE CDT

La política de formació turística per a l'ocupació s'articula i materialitza a través dels centres de turisme (CdT) que, vertebrats al llarg de la Comunitat Valenciana, pretenen fer accessible la formació a tots els col·lectius, així com aproximar-la a les diferents zones turístiques, mitjançant actuacions formatives i de transferència de coneixement.

Durant aquest any 2020, la Xarxa de Centres ha apostat de manera definitiva pel turisme d'interior, amb l'ampliació de tres nous CdT situats estratègicament en localitats amb gran presència en aquesta mena de turisme en les tres províncies de la Comunitat Valenciana: Morella (Castelló), Alcoi i Elx (Alacant), així com l'aprovació del projecte i l'inici de les obres del CdT de Requena (València).

Després de les obres de rehabilitació de les naus de tintatge i dels telers a la Fàbrica Giner, així com

els edificis que albergaven la casa del propietari, la Casa Giner, al costat de l'escola i les cavallerisses, han donat lloc al nou Centre de Turisme de Morella-Els Ports, una residència-escola, que es troba en un entorn idíl·lic, envoltat de naturalesa, dotat de les més modernes instal·lacions, on l'alumnat gaudirà d'una metodologia d'aprenentatge, etc.

Al seu torn, el *Centre de Turisme d'Interior i d'Innovació d'Alcoi* possibilita la professionalització i la millora dels serveis turístics i de les empreses de l'interior a través de la formació i la innovació, la qual cosa permet la millora de les condicions de vida i el benestar de la població local i genera riquesa. El Conveni marc entre Turisme Comunitat Valenciana i l'Ajuntament d'Alcoi preveu tant la restauració del futur edifici com la seua posada en marxa, a l'illa de Rodés. Des de març del 2020, s'inicia l'activitat, a les instal·lacions del CIP d'FP *BATOI, i s'ofereixen cursos en altres instal·lacions i municipis de la seua àrea d'influència. Fruit del Conveni marc entre l'Ajuntament d'Elx i Turisme Comunitat Valenciana, naix el Centre de Turisme d'Elx, que imparteix la seua formació a les instal·lacions de l'Escola Municipal d'Hostaleria. Situat al polígon industrial de Carrús, al carrer Cauce, al mateix edifici en el qual s'enclava el Centre de Desenvolupament Empresarial Elche Emprande, una àrea de serveis de l'Ajuntament d'Elx que ofereix espais de treball perquè associacions empresarials puguin fixar-hi la seua seu i desenvolupar les seues activitats.

A través del foment i posada en marxa d'activitats innovadores de l'activitat econòmica al municipi, es pretén desenvolupar un teixit empresarial complementari de l'existent en l'estructura econòmica actual del municipi d'Elx. La instal·lació està dotada de tot el mobiliari i material necessari per a impartir cursos relacionats amb l'hostaleria i el turisme, cosa que permet a l'alumnat obtenir el corresponent certificat de professionalitat, la qual cosa facilita la inserció laboral dels demandants d'ocupació d'Elx i la seua comarca.

Finalment, es troben en marxa el projecte i pròximament l'inici de les obres del Centre de Turisme de Requena, que estarà situat a la Casa de los Pedrón, al barri medieval de la vila, i que comptarà amb aules de cuina, tast i rebosteria. Es tractarà del primer CdT d'interior a la província de València.

A més de l'ampliació dels nous CdT d'interior, se suma, com ha sigut habitual, l'activitat formativa en els municipis d'interior de la Comunitat Valenciana, agrupada a través del concepte "CdT d'Interior", caracteritzada per coordinar i desenvolupar tota una sèrie d'actuacions formatives, allà on l'àrea d'influència dels centres presencials no pot arribar al seu radi d'acció.

Ateses les necessitats d'aquests espais turístics de la Comunitat Valenciana, a través de les sol·licituds que cursen ajuntaments, associacions empresarials turístiques i ADL, es realitzen actuacions formatives *in situ*, en què predominen els criteris qualitatius sobre els quantitatius.

L'activitat dels CdT d'Interior es resumeix en la següent taula.

	CASTELLÓ	ALACANT	VALÈNCIA	TOTAL
Cursos	24	16	15	55
Hores	354	444	160	958
Alumnes	303	200	213	716

Malgrat la complicada situació provocada per la COVID-19, s'han pogut realitzar diferents cursos presencials amb activitat a l'aire lliure, entre els quals destaquen els de contingut sobre ornitologia o de surf de rem (*paddle surf*) en rius, amb una enorme acceptació, i que han pogut ser exemple de continuïtat en aquest tipus de formació.


ESFUERZO E ILUSION 2020



PADDLE SURF EN RÍOS. Venta del Moro Octubre 2020

5.3. LA IMPORTÀNCIA DE LA FORMACIÓ EN LÍNIA EN L'ANY DE LA COVID-19

La situació extraordinària a causa de la COVID-19 i el període de confinament han bolcat tots els recursos tècnics i humans de l'àrea de formació en la coordinació i desenvolupament de la formació EN LÍNIA, ampliant en un 350 % el nombre d'accions formatives, utilitzant tota mena de plataformes en línia, a més de l'habitual de la Generalitat, per a l'organització d'un gran nombre de seminaris web i reunions tècniques, per a intentar arribar a un màxim nombre d'alumnes del sector, així com a totes i cadascuna de les associacions turístiques que componen el teixit turístic empresarial.

	CURSOS	HORES	PARTICIPANTS	PARTICIPANTS DIRECTAMENT INSCRITS A TRAVÉS DE LES PLATAFORMES DE SEMINARIS WEB
CdT e-Formació	200	2.052	4.037	+ de 16.000

Campanyes de cursos després de la COVID-19

El compromís de la Xarxa de Centres amb el sector turístic davant de les circumstàncies excepcionals en el marc de la COVID-19 han donat com a resultat les diferents campanyes de formació en línia específica i urgent, dirigides a informar i dotar d'eines necessàries d'adaptació l'empresari a cada moment.

Aquestes campanyes han sigut les següents:



Aquesta campanya, iniciada l'abril de 2020, consistia en una sèrie de cursos que afrontaven diferents reptes als quals s'enfrontava en aquell moment cadascun dels diferents tipus d'empresa turística. Els cursos, en format seminari web i oberts a tots els interessats del sector, van ser els següents:

- 5 reptes per a la motivació turística i la gestió
- 5 reptes per a millorar la gestió en restaurants
- 5 reptes del turisme en espais naturals i rurals
- 5 reptes tecnològics i d'intel·ligència turística
- 5 reptes per a remuntar experiències enogastronòmiques
- 5 reptes per a millorar l'experiència turística
- 5 reptes del sector d'allotjament
- 5 reptes de lideratge per a vèncer la crisi de la COVID-19 en turisme



El programa formatiu *“Prepara’t per a tornar”* es va dur a terme amb la finalitat de garantir la major seguretat possible en la reobertura de l'activitat en l'empresa turística. Es van realitzar 61 seminaris web durant el mes de maig 2020, seminaris en línia específics dirigits a cada subsector turístic, en col·laboració amb totes les associacions professionals turístiques de la Comunitat Valenciana, oferint informació i recomanacions sobre organització, prevenció i higiene en cada negoci: restaurants, bars, cafeteria, salons de banquets, hotels, agències de viatge, oficines de turisme, turisme actiu, submarinisme, guies turístics i oci nocturn.

Aquesta campanya va ser fonamental per a sondejar quines són les necessitats dels turistes i els operadors turístics després de l'arribada de la pandèmia, com estava canviant la demanda del turista i com serà després d'aquesta crisi global. A través d'un cicle de seminaris en línia, en què van participar responsables de Turespaña, consellers de turisme de les oficines espanyoles a la Haia, Brussel·les, Munic, París, així com destacats representants d'associacions del sector i operadors turístics, com és el cas de l'Associació de Touroperadors Britànics (ABTA), l'Associació Belga d'Operadors Turístics o l'operador turístic FTI d'Alemanya.



“Tornar Millors” van ser una sèrie de cursos dirigits a preparar el sector turístic per a enfocar els seus negocis a la nova realitat, ajudar-lo a formar-se i aprofitar els seus punts forts i atraure cap al seu negoci les ganes de viatjar i la confiança en la seguretat dels espais turístics professionals que continuen vives en la societat.

5.4. ALTRES ACTUACIONS

Col·laboració amb INVAT·TUR

Així mateix, la cerca de la qualitat i de l'excel·lència va continuar sent un objectiu prioritari en els



àmbits de l'activitat investigadora i d'innovació tecnològica. Les col·laboracions amb l'INVAT·TUR s'han materialitzat en els següents programes:

- Programa específic de formació per a gestors de destinacions turístiques intel·ligents (primer programa d'aquest tipus a escala nacional), amb un curs presencial al CdT de Morella sobre fonaments per a la gestió de DTI.
- Programa de formació en *smart marketing* per a empreses i destinacions turístiques, amb un curs presencial al CdT de Morella sobre introducció al màrqueting digital i al *social media marketing* en turisme.



- Curs “Optimització de la presència en xarxes socials de les destinacions turístiques” amb edicions als CdT de València, Castelló, Alcoi i Elx. CdTJobs: Portal d'ocupació turística:

El compromís de la Xarxa CdT no és únicament el de generar i transmetre coneixement, sinó també el de convertir-lo en eina per al desenvolupament social i econòmic mitjançant la transferència dels resultats, a través de la creació d'ocupació, destacant la implementació del portal d'ocupació turística CdTJobs, borsa d'ocupació en línia dirigida a participants en cursos de la Xarxa CdT i a empreses del sector que busquen cobrir llocs de treball.

Al tancament de 2020, es va arribar als 4.798 usuaris; dels quals 4434 són alumnes demandants d'ocupació i 364 empreses que van publicar 61 ofertes d'ocupació.

Canal CdT Televisió: El Canal CdT Televisió, plataforma multimèdia i canal formatiu que permet visualitzar els cursos gravats en directe dels quatre centres com a hemeroteca.

Suport a iniciatives de promoció i difusió: La presència activa de la Xarxa CdT i la seua imbricació en el sector turístic de la Comunitat Valenciana queda reflectida, igualment, en les actuacions complementàries a les accions formatives desenvolupades per la xarxa, amb la participació en diferents actes de promoció turística com ara fires, tallers, *showcooking*s, etc. Sempre que no ho ha impedit la situació actual.

Es tracta d'una tasca de suport a iniciatives de promoció desenvolupades per institucions i associacions empresarials de la Comunitat Valenciana, que afavoreix l'aproximació al col·lectiu empresarial a través de la participació activa dels alumnes de formació professional per a l'ocupació. I tan decisiu com acostar-se a l'empresa i als professionals del sector és sensibilitzar i conscienciar el conjunt de la societat valenciana sobre la importància d'un producte turístic de qualitat. Jornades gastronòmiques, jornades de portes obertes i esdeveniments similars constitueixen algunes de les iniciatives desenvolupades durant 2019, i dirigides als diversos col·lectius socials, amb la finalitat de donar a conèixer la tasca que desenvolupen els CdT a favor de la conscienciació en matèria turística.

Cuines solidàries: Durant el temps de confinament, des d'abril de 2020, han sigut diverses les associacions sense ànim de lucre que han utilitzat les cuines dels centres per a la realització de menús solidaris.

- ONG World Central Kitchen, des de les cuines del CdT de València – Coordinador: Germán Carrizo.
- Alicante Gastronómica Solidaria (amb la Diputació i la Cambra de Comerç), des de les cuines dels CdT d'Alacant, Torrevieja, Benidorm i des de l'Escola d'Hostaleria d'Elx – Coordinador: Carlos Baños
- Menús Solidarios de Castelló (Ajuntament de Castelló, Miguel Barrera i altres cuiners voluntaris), des del CdT de Castelló- Coordinador: Miguel Barrera, José Luis López.

Aquestes iniciatives van coordinar esforços amb Turisme perquè cuiners voluntaris elaboraren menús variats, des de principis del mes d'abril, a les instal·lacions dels CdT de València i Alacant, on es van entregar amb pa, fruita i aigua. Més de 300.000 menús van ser distribuïts. En total, han passat més de 300 cuiners i voluntaris vinculats al món de l'hostaleria i la restauració per les instal·lacions dels CdT de València, Alacant, Castelló, Torrevieja, Benidorm i l'Escola d'Hostaleria d'Elx, treballant en diferents torns de dilluns a diumenge, des d'inicis d'abril a mitjan juny i fins a mitjan agost a Alacant. Per al desenvolupament d'aquests tres projectes solidaris, ha sigut necessària la col·laboració no sols dels cuiners voluntaris, sinó d'un gran nombre d'organitzacions no governamentals, empreses que ha realitzat donatius, especialistes en distribució d'aliments, marques comercials, institucions i organismes oficials.

5.5 ACCIONS D'INNOVACIÓ TURÍSTICA

La situació tan devastadora provocada per la pandèmia de la COVID-19, que ens va abocar al principi a un confinament total i a la consegüent paralització de l'economia a escala global i dels desplaçaments turístics, ha tingut la lògica conseqüència sobre les activitats i accions empreses des de l'Institut Valencià de Tecnologies Turístiques (INVAT-TUR).

No obstant això, la incorporació d'eines digitals i l'ús de mitjans telemàtics han permés mantindre, durant l'any 2020, les actuacions dirigides al foment de la innovació, la investigació i la transferència de coneixement a tot el sector turístic de la Comunitat Valenciana:

- Aposta pels processos de transformació digital d'empreses i destinacions.
- Impuls a la governança publicoprivada en matèria d'innovació.
- Intensificació de la col·laboració des de tots els àmbits: Administració, associacions, universitats, empreses privades, centres d'investigació, etc.
- Continuïtat dels programes d'investigació, innovació i transferència de coneixement amb universitats valencianes i altres centres de coneixement.
- Aplicació d'eines d'intel·ligència turística i incorporació de les dades com a aspecte fonamental en la gestió de les destinacions turístiques intel·ligents.

Els eixos d'actuació de l'INVAT-TUR s'han consolidat amb els programes i les actuacions de l'Oficina d'Assistència Tècnica a Destinacions Intel·ligents de la Comunitat Valenciana com a ens coordinador de projectes de transformació de les destinacions, i la constitució de la Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents (primera comunitat autònoma a tindre una xarxa pròpia), com a marc de relacions entre destinacions per a la creació de sinergies entre aquestes, així com amb empreses i entitats turístiques de la Comunitat Valenciana, l'objectiu de la qual, en un entorn col·laboratiu d'aprenentatge, és generar transferència de coneixement entre els seus membres per a facilitar l'evolució de la planificació i gestió de les destinacions turístiques sobre la base del model DTI CV.

D'altra banda, des d'INVAT-TUR s'ha continuat apostant pels processos de transformació digital d'empreses i destinacions, amb l'objectiu de millorar la competitivitat del model economicoturístic de la Comunitat Valenciana, a través de la capacitat dels professionals del sector en la integració de solucions digitals i tecnologies innovadores en els processos de valor d'empreses i destinacions.

De manera més detallada, les principals línies de treball de l'institut durant 2020 van ser les següents:

Oficina DTI

- Posada en marxa de les actuacions vinculades a l'Oficina d'Assistència Tècnica a Destinacions Intel·ligents de la Comunitat Valenciana, amb accions concretes a la Vall de Pop, la Nucia, Alcoi, Cullera, Gandia, Alacant-Tabarca, Tavernes de la Valldigna, Vilallonga, Onda, Villena, Altea, Oliva, Guardamar, Alcossebre, Orihuela i Santa Pola, entre altres destinacions.
- Consolidació de la Xarxa de Destinacions Intel·ligents de la Comunitat Valenciana (Xarxa DTI-CV), que compta ja amb l'adhesió de 72 destinacions, a més d'empreses i entitats tecnològiques i universitats valencianes.

- Reunions de grups de treball de la Xarxa DTI-CV sobre màrqueting en línia, sostenibilitat, accessibilitat, supramunicipal i sistemes d'informació i celebració d'assemblees ordinàries i extraordinàries.
- Participació en esdeveniments sobre turisme intel·ligent: I Curs de Direcció i Gestió de Destinacions Turístiques Intel·ligents organitzat per SEGITTUR i la Universitat d'Alacant; Trobada de Destinacions Turístiques Intel·ligents de Castelló (Peníscola); seminari web sobre metodologies d'anàlisi i informació en destinacions intel·ligents, organitzat per la Xarxa DTI de SEGITTUR; reunió extraordinària i Comissió Plenària de la Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents.
- Participació en fòrums nacionals i internacionals per a la transferència de coneixement en matèria de desenvolupament tecnològic i innovació i internacionalització de l'Estratègia DTI-CV: Fira Internacional de Destinacions Intel·ligents (Argentina), curs sobre destinacions turístiques intel·ligents per a Amèrica Central organitzat per SEGITTUR i la Secretaria d'Integració Turística Centreamericana (SITCA), Digital Tourist 2020 (Ametic), etc.
- Organització del II Congrés Tur4all- Accessibilitat de Destinacions Intel·ligents, en el marc del conveni amb Predif.
- Coorganització de la Fira Internacional de Destinacions Intel·ligents a l'Argentina, en el marc de la col·laboració amb la Xarxa DTI de l'Argentina.
- Nova edició del programa específic de formació per a gestors de destinacions turístiques intel·ligents (primer programa d'aquest tipus a escala nacional), amb un curs presencial al CdT de Morella sobre fonaments per a la gestió de DTI.
- Activitats vinculades al seguiment del conveni amb SEGITTUR (única comunitat autònoma amb un conveni específic per al suport d'accions referides a DTI).
- Continuació de les actuacions vinculades al Programa de formació en transformació digital per a empreses i destinacions turístiques.
- Nova edició del Programa de formació en *smart marketing* per a empreses i destinacions turístiques, amb un curs presencial al CdT de Morella sobre introducció al màrqueting digital i al *social media marketing* en turisme.
- Organització de curs sobre *big data* per a destinacions turístiques (continuïtat de l'especialista universitari en *big data* organitzat anteriorment amb la UMH).
- Redacció de l'estudi sobre nous models de gestió del màrqueting en destinacions turístiques.
- Redacció del manual per a l'adaptació de les destinacions turístiques al canvi climàtic .
- Redacció del manual sobre sostenibilitat en destinacions turístiques intel·ligents.
- Redacció del manual sobre accessibilitat en destinacions turístiques intel·ligents.
- Redacció del manual sobre sistemes d'informació en destinacions turístiques intel·ligents.
- Redacció del manual sobre governança en destinacions turístiques intel·ligents.
- Redacció de llibres electrònics sobre projectes pilot desenvolupats en el marc de la Xarxa DTI-CV.

A més, des de Turisme Comunitat Valenciana, a través d'INVAT·TUR, s'està treballant en la redacció definitiva del Pla estratègic de Turisme de la Comunitat Valenciana 2020-2025, que ha de servir de full de ruta per a consolidar la Comunitat Valenciana com una destinació turística autèntica, segura, triada pel seu caràcter hospitalari, el seu estil de vida mediterrani i els seus valors ètics, gestionada de manera col·laborativa i corresponsable, orientada cap a la seua transformació en territori intel·ligent (inclusiu, innovador i sostenible), i ara, més que mai, resiliència. I per a això, s'ha incorporat una línia estratègica sobre seguretat i resiliència turística que derivarà en uns programes i actuacions de justificada rellevància en el moment actual, i que haurien de facilitar la transició cap a una nova situació d'equilibri i normalitat.

Intel·ligència competitiva i vigilància tecnològica

Amb l'objectiu de continuar desenvolupant una intel·ligència de mercats útil per a la presa de decisions en l'àmbit de la gestió turística i facilitar l'anticipació i adaptació de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana a les tendències del mercat i l'evolució tecnològica, s'han dut a terme i/o continuat amb els següents projectes:

- Smart Data Office: el principal objectiu d'aquest projecte és la recopilació i anàlisi d'informació que permetia tindre una visió clara del perfil i el comportament del turista que visita la Comunitat Valenciana.
 - o Licitació de la contractació de servei d'un sistema d'intel·ligència turística de la Comunitat Valenciana (DATATUR4CV).
 - o Publicació d'informes d'intel·ligència de mercat a través de plataformes d'anàlisi de *big data* per a la detecció de tendències i comportaments dels turistes, per a oferir informació rellevant sobre el turisme a la Comunitat Valenciana que facilite la presa de decisions i permetia als agents implicats millorar-ne la competitivitat: COVID-19, Índexs Turisme Comunitat Valenciana, Mercats Turístics, Productes Turístics, Allotjament Turístic, Capacitat Aèria, Estadístiques de Turisme, Estadístiques de l'INE.
 - o Participació amb Necstour en el projecte TOT LAB, projecte europeu que pretén facilitar a les destinacions i pimes l'anàlisi de dades generades per l'ús d'Internet i dels dispositius mòbils per part dels turistes, amb la finalitat que puguin millorar la presa de decisions en aquest àmbit.
 - o Participació com *data provider* en el projecte REACH, una incubadora europea de segona generació per a empreses emergents i pimes basades en dades, que té com a objectiu facilitar el desenvolupament de solucions innovadores, fiables i segures per al turisme.
 - o Monitoratge de les marques turístiques amb l'objectiu de conèixer els esments, identificar *influencers*, conèixer l'audiència, comparar i estudiar els seus competidors, analitzar els llocs web i dinamitzar els esdeveniments. Gràcies a això, s'ha pogut ajudar a la gestió en moments clau per a la comunicació de Turisme Comunitat Valenciana.
 - o Creació de Biontrend en col·laboració amb la patronal hotelera Hosbec, la nova eina d'intel·ligència de negoci amb la qual es poden consultar dades d'ocupació, ingressos, pernoctacions, reserves i tarifa mitjana diària dels hotels, entre altres informacions.
 - o Col·laboració amb la Conselleria d'Innovació per a la creació de Platges Segures CV, panell de *business intelligence* amb les dades de la COVID-19, la informació sobre l'aforament de les platges i els diferents indicadors turístics.

- Renovació del sistema de vigilància tecnològica especialitzat en matèria de destinacions intel·ligents. INVAT·TUR s'ha convertit en el primer centre d'Espanya amb la certificació AENOR d'especialització en DTI, com a unitat de vigilància tecnològica i intel·ligència competitiva (norma UNE 166.006 de gestió de l'R+D+i: Sistema de vigilància tecnològica i intel·ligència competitiva). INVAT·TUR ofereix aquest servei d'informació especialitzat en matèria de gestió turística intel·ligent a través d'un butlletí i contextualitzat en el marc de l'Estratègia de destinacions turístiques intel·ligents de la Comunitat Valenciana. Els resultats que ofereix aquesta eina no sols permeten ampliar el coneixement sobre les tendències actuals en matèria de gestió intel·ligent, sinó que estan associats als diferents eixos sobre els quals pivota el model de destinació turística intel·ligent de la Comunitat Valenciana, per a oferir informació específica que serveix per al desenvolupament de noves solucions tecnològiques i de nous models de gestió turística. La certificació per la norma UNE 166006 facilita l'INVAT·TUR el procés de presa de decisions, a partir d'una major explotació dels resultats extrets de l'observació i cerca de novetats a partir de més d'un centenar de fonts d'informació especialitzades, amb la finalitat de convertir la informació en coneixement i transferir-lo internament a les diferents àrees de gestió del centre i al mateix sector turístic.
- Participació en l'elaboració del llibre electrònic *Sistema d'intel·ligència turística*, elaborat pel Grup de Centres Tecnològics en Turisme de l'ITH, del qual INVAT·TUR forma part, i en el qual s'exposen les diverses oportunitats que ofereix la definició, el desenvolupament i la posada en marxa dels sistemes d'intel·ligència turística, aplicats a destinacions turístiques i a empreses, amb objectius molt diversos, mostrant casos d'èxit que servisquen per a la posada en marxa d'aquesta mena de sistemes en altres destinacions.
- Butlletins INVAT·TUR (Butlletí INVAT·TUR de Vigilància Tecnològica, Butlletí INVAT·TUR de Destinacions Turístiques Intel·ligents).
- Participació en fòrums d'intercanvi d'experiències en vigilància competitiva: Curs d'especialització en intel·ligència estratègica per a organitzacions innovadores de la Universitat d'Alacant. INVAT·TUR col·labora en el programa de tallers d'aquest curs d'especialització a través de l'Observatori Virtual de Transferència Tecnològica, en l'apartat dedicat a casos i experiències de vigilància i intel·ligència.
- Estudi sobre el grau de digitalització, resiliència i sostenibilitat de les empreses turístiques de la Comunitat Valenciana.
- Estudi sobre la intel·ligència artificial i l'ètica aplicada al sector turístic, amb l'objectiu de ser la primera comunitat autònoma que tinga una guia sobre la matèria.
- Preparació del plec de condicions tècniques sobre la digitalització de Turisme Comunitat Valenciana.

Projectes R+D+i

INVAT·TUR desenvolupa projectes d'R+D+i de manera autònoma o en col·laboració amb altres centres d'investigació i universitats. De manera prioritària, es plantegen projectes d'investigació i transferència de coneixement, que garantisquen la cooperació entre INVAT·TUR, els diferents centres d'investigació i de coneixement, els instituts tecnològics i les empreses turístiques. Entre els projectes desenvolupats en 2020 per INVAT·TUR, cal destacar:

- Coordinació del Pla estratègic de Turisme de la Comunitat Valenciana 2020- 2025.
- Participació en l'*Erasmus+ programme for strategic partnership in the field of education, training and youth (adult education and training)*, amb el projecte "*Introducing digitalisation for boosting SMEs in Tourism and Hospitality – Dtour*".

- Col·laboració amb la Càtedra d'Estudis Turístics Pedro Zaragoza Orts de la Universitat d'Alacant.
- Col·laboració amb la Càtedra Ciutat de Cullera de la Universitat de València.
- Col·laboració amb la Càtedra Gandia Turisme Intel·ligent de l'Escola Politècnica Superior de Gandia.
- Col·laboració amb l'Agència Valenciana de la Innovació (AVI) (Diàlegs Tecnològics)
- Col·laboració amb Conselleria d'Innovació i Districte Digital per a la promoció de solucions tecnològiques per a destinacions turístiques.
- Visites tècniques al *smart lab*, espai experimental i expositiu on tenen cabuda aquelles eines tecnològiques d'última generació que poden ser utilitzades potencialment pel sector turístic de la Comunitat Valenciana.
- Participació en el procés de revisió de la Norma UNE 178503 sobre semàntica aplicada al turisme i de la Norma UNE 178501 de destinacions turístiques intel·ligents.
- Coordinació del grup de treball sectorial Activitats Turístiques de l'Agenda estratègica d'R+D+i del Turisme 2020 de Thinktur, ITH i Ministeri de Ciència i Innovació.
- Publicacions en revistes i congressos científics:
 - "Measuring the progress of smart destinations: the use of indicators as a management tool". *Journal of Destination Marketing and Management*, vol. 19
- Participació en esdeveniments tecnologicocientífics:
 - o Assemblea Anual de la Plataforma Tecnològica del Turisme- Thinktur, en el marc del VII Thinktur Technology Transfer
 - o X Fòrum de Lideratge Turístic d'Exceltur 2020
 - o Observatori Nacional de Telecomunicacions i la Societat de la Informació (ONTSI) de Red.es.
 - o Greencities, 10é Fòrum d'Intel·ligència i Sostenibilitat Urbana (Màlaga)
 - o Tourism Innovation Summit (Sevilla)

Laboratori de cuina

Cada vegada és més evident que la fusió entre gastronomia i ciència és un factor clau per a innovar en els restaurants i ser o arribar a ser més competitiu. Des del punt de vista científic, es poden abordar més fàcilment els fenòmens que succeeixen en els fogons de les cuines i per tant millorar tècniques culinàries tradicionals, estudiar problemàtiques gastronòmiques, millorar textures, potenciar sabors i una infinitat més de possibilitats. Entre les accions desenvolupades en 2020 destaquen:

- Impartició de continguts del curs de Programa d'estudis propis màster d'Arrossos i Alta Cuina Mediterrània Aplicada de la Universitat d'Alacant, a través del Centre de Gastronomia del Mediterrani Gasterra.
- Participació en el Focus Group projecte "Cadena de valors del turisme gastronòmic a la CV" (Exquisit Mediterrani, Xarxa CdT, Gasterra)

Comunicació i transferència de resultats

A més de realitzar una extensa activitat en diferents matèries, és imprescindible donar difusió als estudis, les investigacions, els informes i les activitats que INVAT·TUR realitza i impulsa. És per això que l'eix de comunicació i transferència de resultats es considera bàsic en la seua activitat. Entre les accions desenvolupades en aquest àmbit destaquen:

- Difusió de l'activitat de l'INVAT·TUR en fòrums i jornades a través de les universitats valencianes.
- Establiment de protocols de col·laboració amb agents turístics.
- Desdejunis INVAT·TUR:
 - La gestió intel·ligent dels fluxos turístics: noves eines per a analitzar la mobilitat del turista en destinació, amb l'empresa Kido Dinamics.
 - Neuroweb. La revolució del màrqueting digital en el sector turístic, amb l'empresa Quatechnion.
 - La gestió del màrqueting de les destinacions turístiques davant del repte de la transformació digital, amb l'empresa Good Rebels.
- Seminaris web Data Driven:
 - "Small Data para Small Pymes", amb Juan Delgado DEO Camping Armanello
 - "Ayudando a los destinos inteligentes a combatir la COVID-19", amb Travel Insights de Sojern.
 - "Visualización de datos: expresar su potencial para la eficiente toma de decisiones", amb Julia Bauneman.
 - "La disrupción en las organizaciones turísticas, un cambio necesario", amb Ideas For Change.
- Seminaris web DTI CV:
 - "La sostenibilidad como vector fundamental en los destinos turísticos inteligentes".
 - "Soluciones tecnológicas para destinos turísticos", amb Distrito Digital.
 - "Tecnología e inteligencia: ¿hacia un modelo contact-less en destinos turísticos?", amb Ametic i MB3 Gestión.
 - "La gobernanza en desitnos turísticos inteligentes: un nuevo punto de partida", amb la Universitat de Nebrija.
 - "Buenas prácticas internacionales: Los modelos de Tequila y Montevideo".
 - "Buenas prácticas internacionales: Sistemas de inteligencia y modelos de trabajo en red para una gestión turística inteligente en Argentina".
- Tallers de transformació digital:
 - "Millenials y Centennials, ¿Cómo debe gestionar un destino turístico su presencia en Instagram?"
 - "PhyGi. Experiencia aumentada para revolucionar el Sector Turístico".
 - Seminari web: "Big Data en tiempos de crisis".

- Seminari web: “Navegando la tormenta, indicadores clave para un rumbo de salida”.
- Seminari web: “Optimización de estrategias de *email marketing* para el sector turístico”.
- Seminari web: “*Storytelling* para el turismo; cómo comunicar a través de las historias”.
- Seminari web: “Aplicación de la inteligencia artificial al turismo tras la COVID-19”.
- Seminari web: “La transformación digital ya está aquí: claves para el sector turístico”.
- Seminari web: “Herramientas y aplicaciones para estrategias efectivas en Instagram”.
- Seminari web: “Trasformación Digital para Hostelería”.
- Publicacions de resultats i conclusions en jornades i projectes.
- Participació en programes formatius especialitzats: UMH, UA, etc.
- XX Fòrum Internacional de Turisme de Benidorm: Turisme i Seguretat Sanitària
- Curs “Emprendo en Turismo” de la Universitat d’Alacant (Càtedra Pedro Zaragoza Orts)
- Col·laboració amb el màster d’Hotels de l’Institut Universitari d’Investigacions turístiques de la Universitat d’Alacant
- Participació en la Fira de Turisme de la Universitat d’Alacant FUTUR V
 - Potenciació de la presència de l’INVAT·TUR en mitjans de comunicació generalistes i especialitzats.
 - Participació en seminaris, jornades i tallers.

INVAT·TUR 2020 EN XIFRES

Període	Activitats	Nre. hores	Assistents	Assistents en línia
Gener	26	132	492	-
Febrer	33	61	719	-
Març	33	61	812	-
Abril	9	14	-	2.247
Maig	7	16	-	1.162
Juny	31	72	55	1.947
Juliol	38	99	42	1.028
Agost	14	50	31	234
Setembre	43	115	214	294
Octubre	57	83	73	413
Novembre	20	57	184	45
Desembre	19	22	22	183

Visitants prof. /acad.	Assistents desdejuns INVAT·TUR	Assistents tallers / seminaris web	Assistents grups de treball en línia	Assistents cursos especialitzats
113	110	4.191	224	141



Turisme CV, a través del Servei de Producte i Territori, té encomanades les funcions de desenvolupament d'estratègies per a la configuració i l'impuls al producte turístic mitjançant accions orientades a la creació, difusió i comercialització de productes turístics amb base experiencial i capacitat desestacionalitzadora.

Per a això, en el primer trimestre de 2020 es va donar continuïtat a l'estratègia CreaTurisme, així com a la d'ExperiènciesCV, que tenen com a objectiu final el suport a la creació i comercialització d'aquests productes turístics. Així mateix, es van executar accions de promoció per a la difusió d'aquests a través de l'assistència a fires especialitzades, accions amb prescriptors, elaboració de material promocional, etc.

A partir de la declaració de pandèmia, i del confinament forçat per l'estat d'alarma dictat el 14 de març, es van reconvertir totes les accions presencials en l'àmbit de la promoció de producte (assistència a fires, organització de tallers, *fram trips*, *press trips*, reunions amb OTA i altres operadors), així com en l'àmbit de gestió i impuls del programa (jornades de sensibilització, accions formatives, etc.), redissenyant-les i plantejant-les en entorns virtuals.

En aquestes circumstàncies, el treball es va centrar molt més a incrementar la nostra visibilitat en línia i a estrènyer el contacte amb el sector, mostrant una major proximitat a través de nombroses reunions en línia i prestant assistència remota constant a través de dispositius mòbils. També es va estar en comunicació amb els tècnics de producte d'altres destinacions, així com amb operadors i mitjans de comunicació col·laboradors internacionals per a aportar informació sobre l'evolució del mercat turístic en els productes.

A més, es va aprofitar aquest període per a millorar les eines en línia pròpies i també col·laborar amb altres departaments en la revisió i millora dels continguts del portal turístic de la Comunitat Valenciana.

6.1. PROGRAMA CREATURISME: ACTUACIONS CONJUNTES

El programa CreaTurisme es desenvolupa entorn dels tres eixos temàtics de Mediterrani Actiu i Esportiu, Mediterrani Cultural i Mediterrani Rural-Natural. Per a l'execució de les actuacions s'ha comptat amb el suport de tres empreses externes la contractació de les quals es va centrar a exercir funcions de secretaria tècnica de cada eix.

A més de continuar les tasques iniciades l'any 2019 derivades de l'adhesió d'empreses turístiques valencianes al programa CreaTurisme, revisió del compliment dels criteris d'adhesió, manteniment de les bases de dades d'operadors i mitjans especialitzats, elaboració de continguts per al web del programa (<https://creaturisme.comunitatvalenciana.com>) i els diferents *microsites* de producte publicats, així com per a articles de premsa. En 2020 es van realitzar les següents accions:

- **Adhesió d'empreses CreaTurisme:** durant l'any 2020 es van formalitzar un total de 404 adhesions al programa CreaTurisme, que va arribar a les 672 entitats adherides (857 adhesions). Per línia de treball, es van formalitzar 107 adhesions a Mediterrani Actiu, 215 a Mediterrani Cultural i 82 a Mediterrani Natural-Rural.
- **Newsletters:** elaboració de continguts i enviament de 3 butlletins mensuals en línia per a les empreses adherides als tres eixos de CreaTurisme. En 2020 es van produir i van remetre un nombre molt major de butlletins, ja que s'han estat enviant en funció de les necessitats de comunicació que implicaven les diferents fases de la pandèmia i les accions realitzades.

- **Jornades de formació en línia** amb el títol de seminaris contra la COVID-19, en què, en un temps rècord i abans que qualsevol altra institució equivalent, vam oferir informació i formació específica per a fer front a la crisi provocada per la COVID-19. Aquests cursos van cobrir una àmplia temàtica, des de la fiscalitat i el finançament fins als aspectes laborals de la pandèmia, però també van incloure formació per a la creació d'experiències turístiques, aspectes de millora en les empreses durant la crisi o com guanyar visibilitat en línia o 5 claus per a l'empresa turística en temps de guerra. Tots aquests seminaris web van tindre molt bona acollida i les gravacions estan disponibles en <https://creaturisme.comunitatvalenciana.com/blog/formacion>



5 CLAVES PARA TU EMPRESA TURÍSTICA EN "TIEMPOS DE GUERRA"
Ponente: Javier Pet. CEO de Javier Pet Hospitality Advisors
PDF 5 Claves para tu empresa en "tiempos de guerra"



- **Col·laboració amb l'Àrea de Formació** per a la realització de nombrosos cursos per a les empreses dels diferents sectors. El programa desenvolupat per l'Àrea de Formació ha inclòs més de 40 seminaris web relacionats amb la COVID-19. A més, es van programar cursos específics sobre determinats productes turístics dirigits a la millora de competències del sector empresarial, i que s'han impartit a través de la xarxa CdT.
- **Col·laboració amb l'Àrea de Competitivitat** per a la convocatòria i resolució d'ajudes directes davant de la COVID-19 regulades pel DECRET 48/2020, de 17 d'abril, del Consell, d'aprovació de les bases reguladores i de concessió directa d'ajudes urgents a persones treballadores en règim autònom, i petites i mitjanes empreses del sector turístic afectades per la crisi de la COVID-19.
- **Formació en línia** dirigida a millorar i incrementar la qualitat de les experiències publicades en la plataforma <https://www.experienciascv.es>
- **Tallers en línia entre empreses CreaTurisme i agències de viatge associades a AEVAV:** En el marc de l'estratègia de suport a la comercialització i diferenciació de l'oferta turística valenciana, es van organitzar diferents presentacions/tallers en línia en què es va donar a conèixer a les agències de viatges valencianes la varietat i qualitat dels productes turístics impulsats des de CreaTurisme.



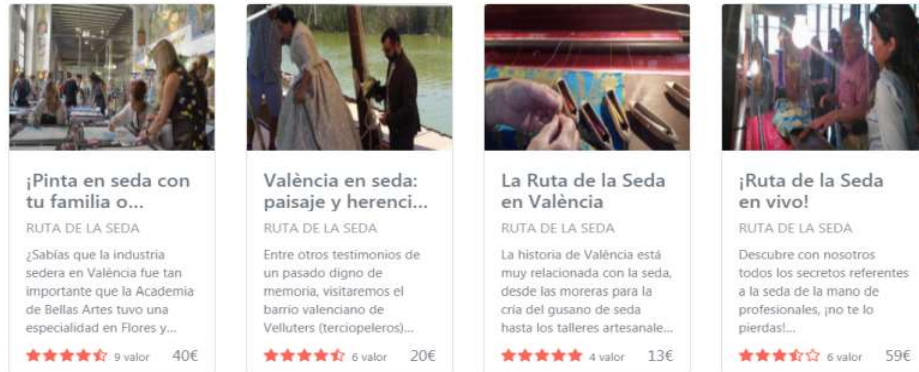
- **Creació de presentacions B2B** de les diferents línies de productes per a la promoció en mercats exteriors i la seua distribució a través de les OET.
- **Assistència a fires generalistes:**
 - 2020 ha sigut la cinquena participació de Creaturisme en Fitur (22-26 de gener, Madrid). La Comunitat Valenciana va comptar amb un espai amb mostradors tematitzats per a cadascun dels quatre grups de producte (actiu-esportiu, natural-rural, cultural i gastronòmic), així com taules de reunió, les quals van ser utilitzades durant els dies professionals (dimecres a divendres) per més de 110 coexpositors (empreses del sector) i van produir una quantitat estimada de 465 reunions.
 - Navartur, celebrada al febrer, va comptar amb una presentació de totes les línies de producte incloses en Creaturisme, així com la participació en reunions B2B i també agències de viatge de la ciutat de Pamplona.
 - Enguany no va poder celebrar-se la Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana a València a causa de les restriccions derivades de l'estat d'alarma.
 - Com a novetat, en 2020 es va acudir a algunes fires en línia (fira de turisme organitzada pel Corte Inglés, Fira de Cocentaina, Fira VRSpagna a Itàlia, Fira de les Comarques, etc.), encara que els resultats en general no han sigut destacats, especialment les fires dirigides a públic final, que no han respost a les expectatives creades.



6.1.1. Experiències CV

En 2020 s'ha continuat amb el projecte Experiències CV, iniciat en 2017, que constitueix una plataforma oberta *online* i *offline* per a la promoció i comercialització d'experiències turístiques que tenen lloc a la Comunitat Valenciana. S'ha millorat en la mesura del possible la funcionalitat de la plataforma, permetent l'edició contínua i directa en tres idiomes (castellà/valencià/anglès) per part de les empreses turístiques i impulsant l'actualització de la informació per a assegurar la validesa del contingut de les propostes durant l'any 2020.

Una selecció d'ofertes experiencials creades per les empreses adherides a CreaTurisme en les seues diferents línies es van incloure també en les pàgines *home* de tots els *microsites* de producte, i se'n va potenciar la visibilitat en la plataforma d'Experiències CV.



Material offline: Distribució dels catàlegs d'experiències impresos a final de l'any 2019 i que inclouen 325 experiències repartides en set catàlegs temàtics en castellà i anglés (amb l'objectiu de difondre'ls en la Xarxa Tourist Info i els certàmens nacionals i internacionals en què participe Turisme CV amb els següents títols:

- Turisme Actiu: 63 experiències
- Nàutica i busseig: 44 experiències
- Cicloturisme: 30 experiències
- Turisme Cultural: 75 experiències
- Ecoturisme: 61 experiències
- Enoturisme: 22 experiències
- Agroturisme: 31 experiències



Així mateix, s'han distribuït entre les oficines de la Xarxa Tourist Info cartells de vinil i un embalatge decorat que conté 200 postals. Tots aquests materials inclouen codis QR per a promocionar la descàrrega de l'app ExperiènciesCV.

Material en línia: Els suports en línia de la plataforma ExperiènciesCV inclouen la totalitat de les experiències publicades per les empreses, que arriben a les 800 a 31 de desembre de 2020, la qual cosa suposa un increment de 200 respecte a l'any anterior. En els suports en línia la informació s'ofereix en tres idiomes (castellà, valencià i anglés) i permeten una actualització contínua, cosa que possibilita la inclusió de noves empreses i experiències, així com l'actualització de les dades de les existents. Els suports en línia són els següents:

- Web www.experienciascv.es
- App mòbil per a dispositius Android i iOS.

La plataforma web va rebre en 2020 més de 40.000 visites, la qual cosa suposa un increment de més del 25 % respecte a 2019. Cada visita ha vist una mitjana de 3,25 ofertes i el percentatge de rebot a penes supera el 6 %. Quasi el 65 % de les visites provenien de referents i més del 25 % de la cerca orgànica. L'app nativa acumula més de 10.000 instal·lacions en Android i altres tantes en IOS.

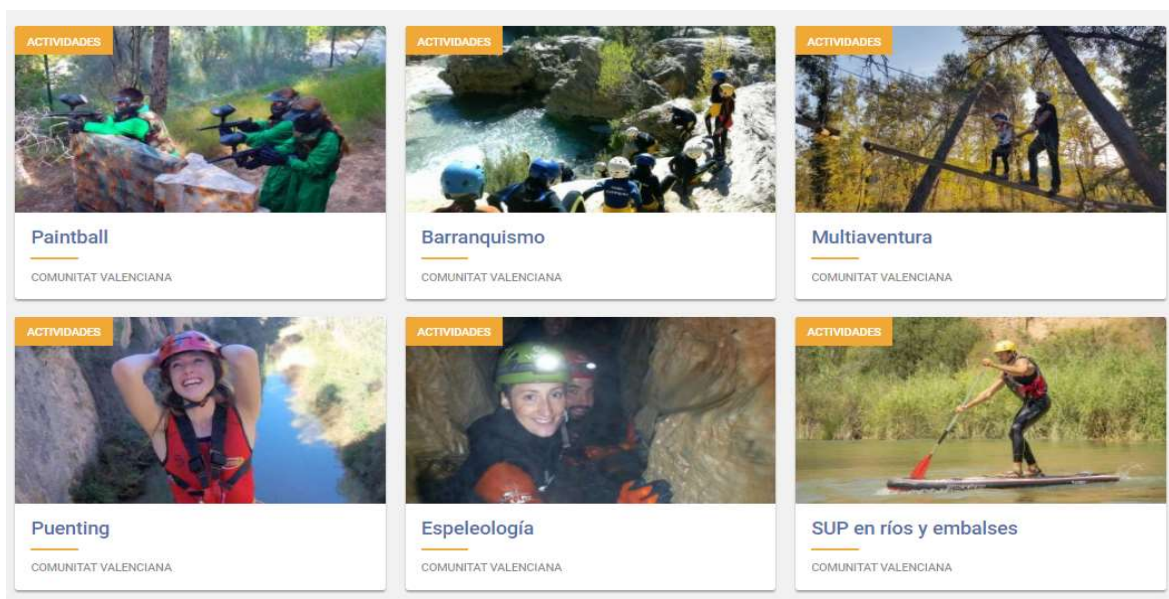
Quant a les preferències dels usuaris, en general estan bastant compensades, amb un xicotet avantatge en el conjunt de les propostes de turisme cultural sobre les de turisme actiu, i d'aquestes al seu torn sobre les de rural i natural. Si busquem les experiències més reeixides, cal destacar el busseig en vaixells afonats a Sagunt o la Ruta del Grial amb diversos centenars de visualitzacions cadascuna.

Microsites de producte: Durant 2020 ha continuat el desenvolupament de continguts per a la difusió a través de *microsites* per a cadascun dels grups de producte. S'integren en una plataforma desenvolupada a partir del CMS Drupal 8, per la qual cosa compten amb un sistema de gestió i estètica similar, i concentren els continguts disponibles sobre cada producte en un únic espai amb un URL propi, la qual cosa millora i facilita el seu posicionament.



Aquests *microsites* inclouen informació dels recursos turístics vinculats a cada producte, i també difonen les publicacions en format digital existents, així com el material gràfic i audiovisual.

En 2020 s'ha treballat molt en la millora dels continguts i en el funcionament general de l'aplicació, preparant nombrosos canvis, alguns ja implementats, com l'ús d'una *slider* en la capçalera, que permet mostrar diferents recursos de manera molt destacada, una millora en els estils de textos i imatges en tota mena de recursos i altres que canvien fins i tot l'estructura i que seran visibles al llarg de 2021.



Els *microsites* també estan vinculats amb el web Experienciascv.com, ja que inclouen les ofertes experiencials corresponents amb la temàtica del *microsite*, i es mostren solament les ofertes oferides per les empreses adherides a CreaTurisme. I finalment, inclouen un blog en què s'obri la participació al sector turístic.

En 2020 s'han mantingut actius 11 *microsites*:

- www.ruta-seda.comunitatvalenciana.com
- www.borgia.comunitatvalenciana.com
- www.ruta-grial.comunitatvalenciana.com
- www.caminsdedinosaires.com
- www.agroturismo.comunitatvalenciana.com
- www.birding.comunitatvalenciana.com
- www.ecoturismo.comunitatvalenciana.com
- www.enoturismo.comunitatvalenciana.com
- www.activo.comunitatvalenciana.com
- www.diving.comunitatvalenciana.com
- www.cicloturismo.comunitatvalenciana.com
- www.oliveresmillenaries.com (en col·laboració amb Catalunya i la Mancomunitat Taula del Sénia).

I també s'han publicat 3 nous *microsites*:

- www.nautica.comunitatvalenciana.com
- www.artcontemporaneo.comunitatvalenciana.com
- www.learningspanish.comunitatvalenciana.com

També es va publicar un *microsite* amb la informació del programa en l'URL <https://creaturisme.comunitatvalenciana.com>. Aquest *microsite* inclou tota la documentació, així com els formularis per a sol·licitar l'adhesió als diferents programes. També dona visibilitat a les empreses adherides.

Adicionalment, es van desenvolupar continguts per a altres *microsites*: turisme musical i turisme esportiu. També s'ha donat suport a través de l'eina per a la generació d'un *microsite* per al desenvolupament del programa de turisme gastronòmic L'Exquisit Mediterrani.

En conjunt, durant 2020 la xarxa de *microsites* ha rebut un total de 53.700 visites, amb 2,2 pàgines per sessió i una taxa de rebot del 54 %. Més del 63 % de les visites provenen de cerca orgànica i un 10 % de referents. La duració de la sessió és de dos minuts i mig, i els *microsites* més visitats han sigut:

- [CreaTurisme amb prop de 15.000 visites](#)
- [Birding amb més de 6.500 visites](#)
- [Cicloturisme amb més de 5.500 visites](#)
- [Ruta del Grial amb quasi 5.000 visites](#)
- [Ruta de la Seda amb 4.600 visites](#)
- [Territori Borja amb 4.300 visites](#)

En total, durant 2020 s'han vist més de 116.000 pàgines dels esmentats *microsites*.



6.2. ACTUACIONS PER PRODUCTES

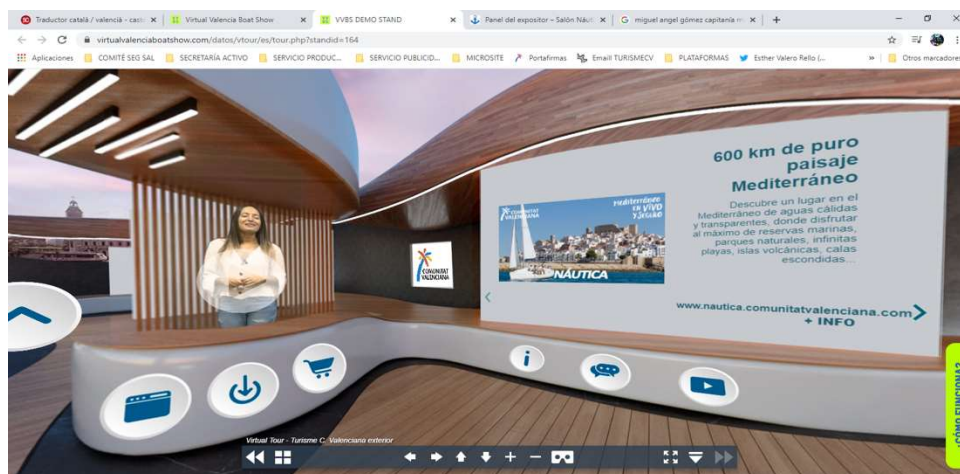
6.2.1. Mediterrani Actiu/Esportiu

Nàutic i aquàtics. Entre les accions desenvolupades en 2020 destaquen:

Assistència a fires especialitzades

- Virtual Valencia Boat Show (del 28 octubre a l'1 de novembre, València). Presència en aquesta fira virtual amb un pavelló dedicat a la promoció del turisme nàutic a la Comunitat Valenciana. Turisme va comptar amb l'estand principal i va coordinar altres 35 estands d'empreses adherides a CreaTurisme (grup Turisme Nàutic), principals associacions sectorials (Agrupació de Ports Turístics de la Comunitat Valenciana, l'Associació de Centres de Busseig de la Comunitat Valenciana, CVActiva) i les marques turístiques de Costa Blanca, Benidorm, Turisme València, Alacant i Diputació Provincial de Castelló.

En el marc d'aquesta fira, també es va participar en un taller virtual per a presentar l'oferta de 13 empreses CreaTurisme.



Presentacions del producte

- Boot (18 gener, Düsseldorf, Alemanya): Presentació de la Comunitat Valenciana com a destinació de turisme nàutic en l'estand de Ports de l'Estat. La presentació es va realitzar en col·laboració amb l'Agrupació de Ports Esportius i Turístics de la Comunitat Valenciana. La fira Boot Düsseldorf és la fira de turisme nàutic més gran del món.

Formació al sector

- Seminari web *"Adaptación para reapertura post-COVID-19 de los puertos turísticos"*. Sesió formativa integrada en el programa *"Prepara't per a tornar"* impartit per la xarxa CdT. Coordinació de continguts i ponents.
- Curs presencial *"Claves para la promoción del turismo náutico en web y publicaciones"*. Elaboració del programa i ponència en aquest curs impartit per la xarxa CdT.

- Jornada “*Turismo Náutico Sostenible*” (29 octubre, València): En el marc de la fira Virtual Valencia Boat Show, es va organitzar una jornada virtual en col·laboració amb l’Agrupació de Ports Esportius i la Direcció General de Medi Natural. Les ponències es van organitzar al voltant de tres taules redones: “El turismo náutico como dinamizador”.

Publicitat i publicacions

- Articles de turisme nàutic en revistes especialitzades (diverses dates): Preparació de continguts per a la publicació dels articles resultants del *presstrip* “Visita Instal·lacions Nàutiques” de 2019 en les revistes *Boote* (Alemanya), *Yatch* (República Txeca), *Náutica* (Itàlia) i *Ocean 7* (Àustria). Preparació dels continguts per a article en revista espanyola *Destinos*, pertanyent al Pla de mitjans 2020 coordinat pel Servei de Publicitat.

Suports per a la promoció turística

- *Microsite* www.nautica.comunitatvalenciana.com: Publicació de web amb continguts especialitzats en turisme nàutic a la Comunitat Valenciana. Traducció al valencià, anglés i francès. Està organitzada en les següents seccions: Activitats, Instal·lacions Nàutiques, Zones Litorals, Espais Naturals Protegits i Museus.

Reunions de coordinació

- *Grup Tècnic de Treball Activitats Nàutiques Comunitat Valenciana* (25 novembre): Constitució i coordinació del grup tècnic de treball. Aquest grup té funcions consultives sobre normativa i el seu objectiu és alinear estratègies i facilitar la col·laboració entre els diferents actors implicats en l’espai marítim i zones d’influència. Hi participa l’Administració general de l’Estat (capitanies marítimes provincials de la DG Marina Mercant; així com els serveis provincials de costes de la DG de la Costa i la Mar), la GVA (Servei Explotació de Ports de la DG Ports; Servei de Gestió Espais Naturals Protegits de la DG Medi Natural, i l’SG de Pesca), a més de la Federació Valenciana de Municipis i Províncies.



- Reunions: amb la Subdirecció de Ports de la Generalitat, Servei de Gestió d'Espais Naturals Protegits, Agrupació de Ports Esportius i Turístics de la Comunitat Valenciana i empreses adherides al programa Turisme Nàutic CreaTurisme.

Busseig: Entre les accions desenvolupades en 2020 destaquen:

Formació al sector

- Seminari web *“Adaptación para reapertura post-COVID-19 de los centros de buceo”*: Sesió formativa integrada en el programa *“Prepara't per a tornar”* impartit per la xarxa CdT. Coordinació de continguts i ponents i moderació.
- Article *“Ecoturismo Acuático2”*: Preparació de continguts per a article publicat en *Magazine TurismeCV*: <http://www.turismecv.com/ecoturismo-acuatico/>
- *Curs presencial “Ecoguias; formación de guías de buceo”*: Elaboració del programa i participació com a ponent en aquest curs impartit per la xarxa CdT.

Publicitat i publicacions

- *Adaptació del mapa d'immersions a idiomes*, per a publicació en línia.
- *Articles de turisme de busseig en revistes especialitzades* (diverses dates): Preparació de continguts per a article en revista espanyola *Oxígeno*, pertanyent al Pla de mitjans 2020 coordinat pel Servei de Publicitat.

Suports per a la promoció turística

- *Compra vídeos subaquàtics*: adquisició de vídeos subaquàtics de les principals zones de busseig de la Comunitat Valenciana per a usar-los en la promoció del producte.
- *Generació de continguts per a ‘microsite’*: nova secció *“Observació de la naturalesa”* en el web www.buceo.comunitatvalenciana.com

Reunions de coordinació

- *Reunions*: Associació de Centres de Busseig de la Comunitat Valenciana i empreses adherides al programa Turisme de Busseig CreaTurisme.

Cicloturisme: Entre les accions desenvolupades en 2020 destaquen:

Assistència a fires especialitzades:

- *Fiets en Wandelbeurs* (del 14 al 16 de febrer, Gant). Participació en l'estand de Turespaña. Fira de referència sobre el cicloturisme i el turisme actiu a Bèlgica, Països Baixos i Luxemburg; promoció de la Comunitat Valenciana com a destinació cicloturística i reunions amb agents.

Suports per a la promoció turística

- Creació de la nova guia Vies verdes Comunitat Valenciana amb major desenvolupament de continguts de les 13 vies verdes en set idiomes (anglès, francès, alemany, neerlandès, italià, castellà i valencià).
 - Aquest material pretén oferir una imatge dels itineraris no motoritzats com a producte ecoturístic diferenciat a escala autonòmica.
 - Aquest contingut servirà, a més, per a l'actualització dels continguts en línia disponibles en www.viasverdes.com i en el *microsite* de cicloturisme.
- *Microsite* Cicloturisme Comunitat Valenciana: manteniment i creació de contingut de noves rutes de cicloturisme a la Comunitat Valenciana.
- *Participació en dos programes de ràdio* Cadena SER promocionant el cicloturisme i BTT a la Comunitat Valenciana.

Publicitat i publicacions

- *Articles de Cicloturisme en diversos mitjans* (diverses dates), pertanyent al Pla de mitjans 2020 coordinat pel Servei de Publicitat.

Reunions de coordinació

- *Reunions amb empreses adherides* al programa Cicloturisme i BTT de Creaturisme.
- *Reunions Pla de dinamització i governança Terres del Maestrat* accions de Cicloturisme.

Actiu: Entre les accions desenvolupades en 2020 destaquen:

Assistència a Fiets en Wandelbeurs (del 2 al 3 de febrer de 2019, Gant): participació en l'estand de Turespaña. Fira de referència sobre el cicloturisme i el turisme actiu a Bèlgica, Països Baixos i Luxemburg.

Suports per a la promoció turística

- *Manteniment i generació de continguts* per al *microsite* de turisme actiu de la Comunitat Valenciana.
- *Participació en tres programes de ràdio* Cadena SER promocionant el turisme actiu a la Comunitat Valenciana.

Publicitat i publicacions

- *Articles de Cicloturisme en diversos mitjans* (diverses dates), pertanyent al Pla de mitjans 2020 coordinat pel Servei de Publicitat.

Reunions de coordinació

- *Videoconferències amb empreses adherides al programa Cicloturisme i BTT de Creaturisme.*
- *Coordinació seminari web “Seminario de trabajo de turismo activo 2020” junt amb l’Associació Turisme Actiu Comunitat Valenciana (CV Activa).*
- *Coordinació III Jornades Turisme Actiu (CV Activa).*
- *Reunions mantingudes entre Turisme Comunitat Valenciana i la Conselleria d’Educació, Cultura i Esport.*
- *Reunió a Venta del Moro amb la Confederació Hidrogràfica del Xúquer, Parc Natural Hoces del Cabriel i Associació AJUCAR.*

Esportiu: En 2020 s’han realitzat les següents accions:

Suports per a la promoció turística

- *Generació de continguts per a futura ‘microsite’ de turisme esportiu i traducció de textos en valencià i anglès.*

Reunions de coordinació

- *Amb la Direcció General d’Esport, l’Associació Trinidad Alfonso i diferents promotors i empreses de turisme esportiu.*

6.2.2. Mediterrani Turisme Natural i Rural

Aquesta línia de producte inclou els productes relacionats amb el turisme de naturalesa i també amb productes de clara vocació de desenvolupament en l’àmbit rural, i preveu els següents: turisme ornitològic, ecoturisme, turisme en parcs naturals, agroturisme, oleoturisme, enoturisme i pescaturisme. Així mateix, s’engloben en aquest apartat aquelles actuacions que tenen a veure amb el turisme rural i altres projectes relacionats amb recursos situats en l’entorn rural de la Comunitat Valenciana, com és l’art rupestre de l’arc mediterrani a la Comunitat Valenciana; Camins de Dinosauris, producte lligat al turisme paleontològic, i la xarxa de centres d’art contemporani en l’àmbit rural de la Comunitat Valenciana.



Turisme ornitològic: Entre les accions desenvolupades en 2020 destaquen:

Dins de les accions previstes per al desenvolupament del turisme ornitològic, es va produir una reunió entre l'Associació de Guies *Birding* de la Comunitat Valenciana i la prefectura de l'Àrea de Màrqueting i Producte Turístic per a traçar les principals línies d'actuació conjunta. Com a conseqüència d'aquesta reunió, es procedeix a realitzar al desembre una jornada formativa en línia dirigida als informadors turístics de la Xarxa Tourist Info i diferents agents turístics en la qual participen els membres de l'associació, utilitzant la plataforma de seminaris web de TCV.

A través de la xarxa de Cdt, es va continuar oferint cursos de turisme ornitològic dirigits a agents del sector turístic. Per motiu de la COVID-19, en 2020 se'n cancel·len uns quants, previstos en diferents municipis amb rellevància ornitològica, i només se'n fa un a Castielfabib.

Suports promocionals

- En 2020 s'ha procedit a la compra de plans de vídeo de diferents espècies d'ocells, hàbitats i *birders*, per a incorporar a la resta de material audiovisual de la Comunitat Valenciana i poder realitzar vídeos de contingut especialitzat per al turista ornitològic.
- Reunions de coordinació. A més de l'anteriorment esmentada reunió amb l'Associació de Guies *Birding*, es va mantindre una reunió de coordinació amb representants del producte *birding* adherit al programa de Creaturisme amb l'objectiu de traçar un pla d'acció conjunt per a 2021.

Assistència a fires especialitzades

- En 2020 es van cancel·lar tots els esdeveniments de turisme ornitològic a què es tenia previst assistir segons el calendari de fires anual.

Difusió en mitjans

- El desembre de 2019, es va realitzar un viatge de premsa britànica per a donar a conèixer les possibilitats de 'birdwatching' en l'estació hivernal a la Comunitat Valenciana. Resultat d'aquest viatge, en 2020 s'han publicat articles en les revistes de referència: *Birdwatch* i *Birdwatching* (redactats per dos dels tres periodistes participants en el *press trip*: David Chandler i Dominic Mitchell).
- A l'estiu de 2020, es va participar en l'enregistrament d'una sèrie de programes de ràdio (Cadena SER) vinculats a diferents productes turístics, i se'n va dedicar un al turisme ornitològic.

Turisme de jardins: Fruit de la realització d'un *press trip* per a la redactora de la revista *L'Art des Jardins* (França) per a recórrer diferents jardins de la Comunitat Valenciana (Palmerar d'Elx, l'Albarda i jardins de la ciutat de València), es va publicar l'octubre de 2020 l'article "Balade de Valence à Alicante".

Agroturisme i enoturisme: S'ha participat en seminaris web de creació de producte relacionat amb l'agroturisme en coordinació amb l'àrea de competitivitat turística. Producte pescaturisme, oleoturisme i agroturisme.

- El novembre de 2020 van tindre lloc les reunions dels comitès de producte d'agroturisme i enoturisme amb empreses adherides a ambdós programes de producte, amb el propòsit de dissenyar el pla d'acció per al producte en 2021.

Ecoturisme: Respecte a aquest producte, s'han mantingut diferents reunions amb responsables de la DG de Medi Natural, per tal d'incrementar les sinergies entre les línies de producte d'ecoturisme amb els gestors dels espais naturals protegits.

També s'han dut a terme reunions amb el comitè de producte d'ecoturisme per a traçar les línies d'acció en aquest producte.

- Així, en 2020 s'ha participat en la celebració en línia de la Reunió Seminari d'Ecoturisme a Espanya convocada per la Secretaria d'Estat de Turisme, en què s'han presentat a la resta de CA participants les principals línies d'actuació de Turisme Comunitat Valenciana en relació amb el producte de l'ecoturisme.
- S'ha participat també en diferents reunions de projectes europeus relacionats amb el medi natural i el turisme, com el projecte TUNE UP Marina Albufera.

Altres productes relacionats amb el medi rural i natural:

Camins de Dinosauris: En 2020 s'ha continuat la tasca de desenvolupament d'aquest producte relacionat amb el turisme paleontològic lligat al món dels dinosaures i dels recursos turístics associats (museus, rutes, jaciments), celebrant la reunió anual del comitè de producte de Camins de Dinosauris.

Art rupestre de la Comunitat Valenciana: Durant 2020 s'ha procedit a revisar el web elaborat per la Universitat de València dedicat a l'art rupestre de la Comunitat Valenciana, fruit del conveni de col·laboració entre ambdues entitats, tot això amb l'objectiu que s'incorpore al portal turístic de la Comunitat Valenciana, incorporant d'aquesta manera informació sobre aquest producte turístic basat en la visita a centres d'interpretació i a balms amb pintures rupestres. En 2020 s'ha registrat la marca i logo dissenyats a aquest efecte.

Accions conjuntes productes natural/rural

- Dinamització dels *microsites* de producte mitjançant la incorporació d'articles per als blogs, noves imatges, etc.
- Participació en seminaris web específics de productes de la línia de Mediterrani Natural i Rural dirigits a agències de viatges i a la Federació Valenciana de Municipis i Províncies, així com presentació en fires virtuals com l'organitzada pel Corte Inglés.

6.2.3 Mediterrani Cultural: itineraris, rutes, xarxes culturals

Aquesta línia de producte inclou els productes relacionats amb el turisme cultural com: Ruta de la Seda, Territori Borja, Ruta del Grial, Camins de Dinosauris, Xarxa de Centres d'Art Contemporani, Turisme Musical i Turisme Idiomàtic. Així com altres propostes de turisme cultural en general.

L'estratègia de Creaturisme per a l'àmbit cultural (Mediterrani Cultural) incloïa una sèrie de productes concrets:

- Ruta del Grial
- Ruta de la Seda
- Territori Borja
- Xarxa de Centres d'Art Contemporani en l'Àmbit Rural
- Camins de Dinosauris

Després de realitzar una reflexió/anàlisi sobre els continguts, es va concloure que una gran part de l'oferta cultural de la Comunitat Valenciana estava al marge de Creaturisme per no estar relacionada amb els productes esmentats. Per això, es va decidir ampliar el contingut de Mediterrani Cultural, incloent-hi la categoria de turisme cultural general i turisme idiomàtic.

Crea Turisme – Estratègia Mediterrani Cultural

En 2020 es va aprovar la posada en marxa d'una estratègia de perfeccionament del programa CreaTurisme en el seu vessant de turisme cultural, amb l'objectiu principal d'aconseguir major visibilitat.

Aquest pla inclou una sèrie de mesures que s'estan posant en marxa i tindrà continuïtat en el temps.

S'han celebrat reunions de coordinació, a través de videoconferència, amb els comitès d'impuls de cadascun dels productes turístics. Preparació de congressos i enviament de material/ponències per a diferents congressos fruit de les diferents línies nominatives que Turisme CV té amb associacions i federacions de marcat caràcter cultural.

Turisme cultural: Durant 2020 s'ha dut a terme una intensa tasca de difusió personalitzada d'aquesta nova categoria d'oferta cultural per a donar a conèixer el programa i detectar possibles interessats. S'ha contactat de manera personal amb agències de viatges, guies de turisme, museus i altres recursos culturals, ajuntaments, etc.

Això ens ha permés comptar amb un nombre important d'adherits a altres productes culturals. Destacar l'adhesió en 2020, durant l'any, de 27 empreses d'activitat, 26 agències de viatge i 18 guies de turisme. Aquests perfils d'adherits són molt interessants per a posar en marxa accions de *networking* i per a treballar en la comercialització de productes i rutes culturals.

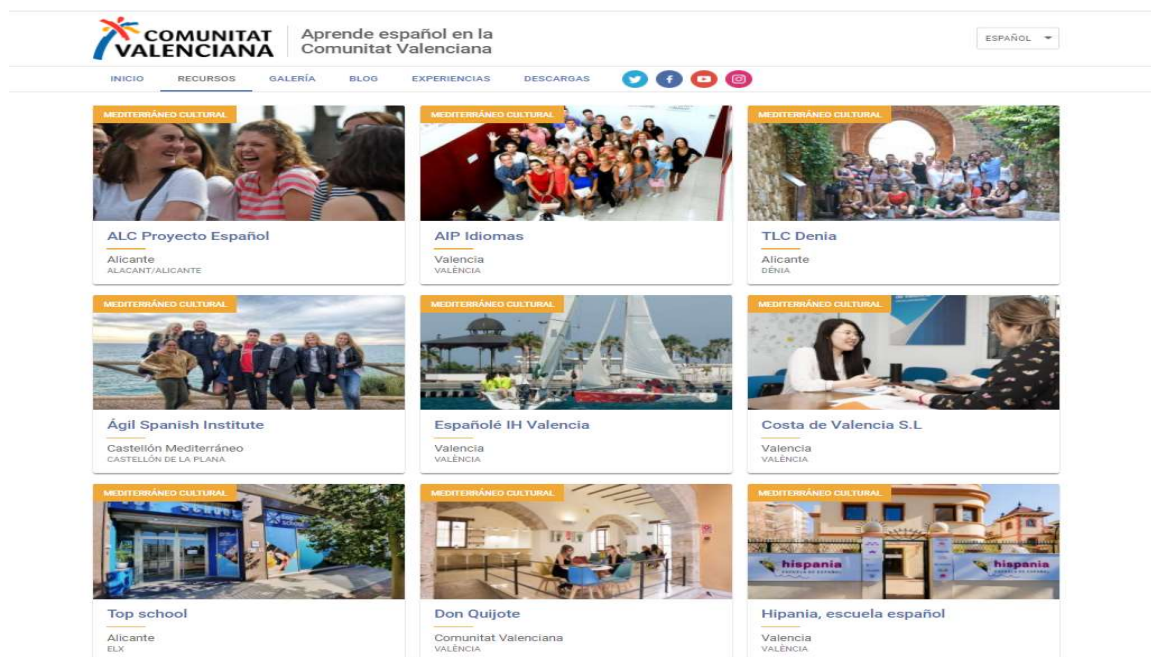
Turisme idiomàtic: Després d'anys treballant el turisme idiomàtic, col·laborant amb Fedele CV, enguany s'ha decidit que podia ser interessant la incorporació del turisme idiomàtic a l'estratègia de Creaturisme. És un producte diferent de la resta perquè és l'únic en què la demanda és exclusivament estrangera, però, en qualsevol cas, hi ha iniciatives en les quals podem col·laborar i en les quals Creaturisme pot aportar valor afegit.

Es van elaborar els protocols i es va contactar amb totes les empreses. S'ha aconseguit l'adhesió a Creaturisme de totes les escoles d'espanyol com a llengua estrangera integrades en Fedele CV.

- **Microsite de turisme idiomàtic Learning Spanish. Comunitat Valenciana.**

S'ha creat el *microsite* de turisme idiomàtic, amb informació de totes les escoles adherides i les experiències que ofereixen.

<https://learningspanish.comunitatvalenciana.com/aprende-espanol-en-la-comunitat-valenciana>



Setmana Digital de l'Espanyol: En substitució de totes les activitats presencials previstes, es va decidir celebrar un gran esdeveniment en línia que servirà com a punt de trobada d'institucions, professors i alumnes. La Setmana Digital de l'Espanyol va oferir diferents activitats educatives, acadèmiques i de debat sobre l'espanyol com a llengua estrangera, durant cinc dies. Turisme CV va col·laborar en aquells aspectes relatius a la presència de la Comunitat Valenciana en les jornades (vídeo, entrevista, etc.).

Ruta de la Seda: En col·laboració amb el Centre UNESCO-València, i en el marc del conveni signat amb Turisme CV, en 2020 s'han realitzat dues activitats relacionades amb la Ruta de la Seda.

- *Realització de la Jornada de la Ruta de la Seda per/amb la Diversitat Funcional.* La jornada va tindre lloc el mes d'octubre i va comptar amb la participació de set centres ocupacionals de diferents municipis de la Comunitat Valenciana (Segorbe, Nules, València, Burjassot, Gandia, Pego i Oliva). Turisme CV va col·laborar en la celebració de les jornades. En aquest cas es tractava d'enfortir la Ruta de la Seda com un producte de turisme inclusiu i sense barreres del qual poden gaudir totes les persones que desitgen conèixer una mica més de la història i tradicions valencianes.
- Celebració de la XVI MULTAQA, CONFERENCIA INTERNACIONAL MEDITERRÁNEA, que enguany tenia com a lema "Las rutas de turismo como caminos de hospitalidad (Seda i Grial)".

L'edició de 2020 de la Multaqa va tindre com a títol "Las rutas de turismo como caminos de hospitalidad" i va estar centrada en la Ruta de la Seda i la Ruta del Grial.

Aquesta activitat s'emmarca en el conveni signat per TurismeCV amb el Centre-Unesco València i es va celebrar en format en línia.

Turisme CV va col·laborar en l'organització (facilitant contactes, material, fent propostes) i va intervindre durant la conferència amb diferents xarrades sobre la Ruta de la Seda i la Ruta del Grial. També va participar en esdeveniments com una trobada de cultures per la pau i la concòrdia en el Mediterrani i la Ruta de la Seda, amb la participació de col·lectius cristians, musulmans, hebreus, hindús i budistes.

- En col·laboració amb l'Institut Seda Espanya, i en el marc d'un conveni signat per Turisme CV, s'ha col·laborat amb l'Institut Seda Espanya en el desenvolupament de la plataforma intel·ligent RS3 RUTA DE LA SEDA CV, que integra els municipis d'Algemesí, Buñol, Requena, Carcaixent i Riba-roja de Túria, i l'objectiu de la qual és integrar les fonts d'informació existents i la seua posada en valor, amb la finalitat de constituir-se com la primera ruta temàtica intel·ligent a escala internacional amb continguts de la Ruta de la Seda.

Territori Borja:

- Manteniment evolutiu del *microsite* del Territori Borja, millora de continguts i imatges: <https://borgia.comunitatvalenciana.com>
- Creació de continguts per a reportatge sobre Territori Borja en la revista *Muy Historia*.
- Coordinació amb els municipis de Gandia i Xàtiva a través de convenis de col·laboració de màrqueting.

Ruta del Grial: Desenvolupament d'un pla d'acció específic per a la Ruta del Grial, ja que l'octubre de 2020 ha començat l'any jubilar, distinció a la ciutat de València que se celebra cada 5 anys. Aquest pla d'acció pretén ser un revulsiu per al desenvolupament d'un producte consolidat.

Continguts per a una futura Ruta del Grial, continguts i traçat de la Ruta del Grial a la CV.

La celebració de l'any jubilar del Sant Calze, així com les oportunitats que el desenvolupament d'aquest producte cultural ofereix, ens han portat a posar en marxa el Pla d'impuls a la Ruta del Grial. S'ha considerat adequat començar amb la contractació dels continguts per a una futura guia del viatger. Aquests continguts inclouen el relat, el traçat/itinerari de la ruta, la història i anècdotes relatives a la relíquia, informació turística i de serveis de cadascun dels municipis pels quals transcorre la ruta, així com mapes del traçat.

Altres accions desenvolupades

- Manteniment evolutiu del *microsite* de la Ruta del Grial, millora de continguts i imatges: <https://ruta-grial.comunitatvalenciana.com>
- Creació de continguts per a reportatge sobre la Ruta del Grial el febrer 2020 en la revista *National Geographic*.
- Coordinació en els projectes d'obres commemoratives de la Ruta del Grial a Barracas i Massamagrell.
- Participació en programa de ràdio *Cruce de Caminos*. Universitat Politècnica València. Programa de ràdio Onda Cero. Programa de ràdio Cadena Ser.
- Visita teatralitzada Sagunt.
- Coordinació del trasllat de l'obra commemorativa de la Ruta del Grial a FITUR.

Turisme Musical – Mediterraneu Musix:

- Assistència a FITUR FESTIVALS 2020 per tercer any consecutiu amb un estand de 36 m² situat just enfront de l'escenari principal, centre neuràlgic de la zona de festivals i on se situa la zona destinada al *networking* empresarial. En el nostre estand va sol·licitar la seua presència l'SMCV i SPAIN IS MUSIC. Es van repartir 86 acreditacions per als empresaris relacionats amb la música a la Comunitat Valenciana. L'activitat més important per als nostres coexpositors consisteix a poder realitzar una presentació dels seus projectes en l'escenari comú de Fitur Festivals.
- Una vegada declarat l'estat d'alarma provocat per la COVID-19, es va treballar conjuntament amb les conselleries de Sanitat Universal i Salut Pública, Resposta a les Emergències i Cultura per aconseguir un estàndard de cultura segura que ajude a la confecció de les mesures de seguretat i aforaments que s'han d'aplicar en el sector de la música. Es va treballar en conjunt amb les associacions de la música tant autonòmiques com nacionals.
- Participació en seminaris web sobre la música en temps de pandèmia organitzats per associacions (Musica proCV i Profest) i empreses (Sagarmanta, Monkeyweeek, Simpathy for the lawier...)

- Es va liderar la sol·licitud a l'ICTE per a la creació d'un protocol de qualitat en la música en temps de la COVID-19

- A final d'octubre va poder celebrar-se de manera presencial la fira BIME, que és la major trobada internacional de la indústria musical al nostre país. Es va celebrar al Palau d'Euskoalduna de Bilbao, amb un aforament màxim de 400 persones. Mediterranew Musix, la marca paraigua dels festivals de música de Creaturisme, va tindre el seu estand, en què va albergar els 27 empresaris que van decidir desplaçar-se fins a l'esdeveniment.

- De manera excepcional, hem participat en la trobada de la Cultura Xilena CECH del 12 de novembre i hem realitzat una ponència per a explicar l'evolució de les marques sota el paraigua de Mediterranew Musix com a exemple a seguir per al desenvolupament del turisme musical a Xile. La repercussió va ser alta i vam tindre un parell d'entrevistes en ràdios nacionals.

- Jornades Turisme i Indústria Musical (TIIM) realitzades en col·laboració amb MusicaProCv. Per segon any consecutiu, en 2020 es va realitzar una trobada entre la indústria musical i la turística. En aquesta ocasió es va realitzar a la sala d'actes del Museu de les Ciències de la CAC, amb aforament complet i molt bona resposta dels dos sectors.

- Reorganització de la marca paraigua Mediterranew Musix en 4 grans certificats per a donar cabuda als esdeveniments que han mostrat interès a adherir-s'hi. Mediterranew Gran Fest, Mediterranew Fest, Mediterranew Fest lite i Mediterranew Experience albergaran més de 60 festivals a final del 2020.

Altres temes culturals:

Capital Cultural CV

Participació en qualitat de vocal en la comissió de valoració de la capital cultural de la Comunitat Valenciana, creada per la Secretaria Autònoma de Cultura i Esport, per a valorar les candidatures presentades en les dues categories: capital cultural de municipis de menys i més de 5.000 habitants.

Les candidatures que es van imposar com a capitals culturals de la Comunitat Valenciana per a 2021 van ser les d'Alcoi i Chelva.

Curs de Turisme Cultural

En 2020 es va celebrar la 19a EDICIÓ del CURS D'ESPECIALITZACIÓ EN TURISME CULTURAL, des del 16 d'octubre fins al 18 de desembre.

El curs va estar organitzat per la Fundació Cañada Blanch, amb el patrocini de la Conselleria d'Educació, Cultura i Esport i la col·laboració de Turisme Comunitat Valenciana i l'FVMP.

El curs genera una simbiosi entre la visió turística i la perspectiva cultural, i facilita als participants informació de primera mà d'un professorat qualificat.

Encara que inicialment estava previst que se celebrara de manera presencial, com és habitual, les circumstàncies van determinar que finalment fora en línia. Turisme CV hi col·labora des del comitè organitzador a través de ponències i organitzant les tres visites-taller. En 2020 Turisme es va encarregar de substituir aquestes tres visites per tres jornades en línia, seleccionant continguts i ponents i presentant les tres sessions.

Destacar la bona acollida del curs en la seua primera edició en línia, la qual va ser valorada de manera molt positiva pels participants.

Memòria democràtica

Turisme CV va col·laborar en el Curs de Memòria Democràtica celebrat a Elda, resultat de la col·laboració amb la Universitat d'Alacant, facilitant ponents del sector privat.

Participació en la sessió de treball organitzada per l'FVMP i a la qual van assistir representants municipals interessats a desenvolupar el turisme de memòria.

Es va realitzar una visita al Centre d'Interpretació de la Línia XYZ d'Almenara.



Itineraris Jaume I

Participació en el grup de treball creat per a l'impuls a la comercialització de les Rutes de Jaume I. En aquest grup participen agències de viatge, associacions, guies de turisme, etc.

Rutes dels Càtars

Reunions per a estudiar la viabilitat del producte i la possibilitat, en coordinació amb l'UJI, de desenvolupar un itinerari cultural europeu.

Assemblea del Club de Producte Turístic Castells i Palaus d'Espanya

Dirigida als socis i a les administracions turístiques, per a conèixer les accions que es duran a terme amb la col·laboració de la Secretaria d'Estat de Turisme i Turespaña. Per part de la Comunitat Valenciana, a més de Turisme CV, van assistir representants d'ajuntaments que alberguen castells associats al Club de Producte: Buñol, Cullera, Peníscola, Xàtiva, Villena i Bétera. Cal destacar que els tres casos exposats com a models de bones pràctiques corresponen a castells valencians. Format en línia. Assistència de Turisme CV i gestions per a l'adhesió a Creaturisme.

Universitat de València- Dia Mundial del Turisme

En 2020 Turisme CV va participar en una taula redona de turisme cultural organitzada per la Universitat de València, junt amb empreses i altres institucions, amb motiu del Fòrum de Turisme organitzat el Dia Mundial del Turisme.

Redacció de textos de turisme cultural per a reportatges en les revistes *Aggentravel* i *Hosteltur*.

Participació en la ràdio, Cadena SER, promocionant la Ruta dels Castells del Vinalopó.

Participació en grups de visites guiades oferides pel sector. Com a mostra de suport i per a donar visibilitat a les visites organitzades per guies turístics, se n'ha participat en unes quantes.

6.3. L'EXQUISIT MEDITERRANI

6.3.1. Conveni UA Gasterra

Potenciació del producte gastronòmic, la seua creativitat i anàlisi científic:

Investigació, transferència del coneixement, divulgació científica, formació o recopilació de dades i continguts en matèria de gastronomia i producte turístic gastronòmic de la Comunitat Valenciana, tot això per a la millora de la innovació, la sostenibilitat i el desenvolupament territorial del turisme gastronòmic.

ACTIVITAT 1

Accions en matèria d'història, globalització, turisme i alta cuina al voltant de l'arròs:

Realització d'un curs d'expert universitari i/o activitats complementàries.

ACTIVITAT 2

Accions en matèria de tecnologia de la cuina o la sala i recopilació de continguts d'interés gastronòmic: Realització d'un programa tecnològic (cuina i/o sala) i generació de continguts per al "Vademecum de la cocina valenciana".

ACTIVITAT 3

Accions d'investigació i creació d'instruments per a la planificació del turisme gastronòmic: Investigació i treball de camp per a la implementació territorial del Mapa de la cadena de valor del turisme gastronòmic de la Comunitat Valenciana.

6.3.2. Cuines Solidàries

Col·laboració amb diferents organitzacions no governamentals en l'elaboració de menús per a persones sense recursos durant el període de confinament.

6.3.3. Conveni Fira València

Per a l'organització de la fira Mediterránea Gastrónoma

6.3.4. Participació en FITUR 2020

Organització i coordinació dels espais de *showcooking*, tastos i l'espai expositiu temàtic de gastronomia de Creaturisme.

6.3.5. Altres accions promocionals i col·laboracions

- Alicante Ciudad del Arroz.
- Concurso Trufa Andilla.
- Congrés Carxofa Almoradí.
- Dia Europeu de l'Enoturisme.
- Fira el Corte Inglés.
- Gala Wikipaella.
- Gastrorribera KM 0.
- Jornades plats de cullera.
- Madrid Fusión 2020.
- World Paella Day.
- Valencia Culinary Festival.
- Col·laboració amb la revista de la Unió de Consumidors (*Consuce*), en què tenim una secció "L'Exquisit Mediterrani" que difon productes i experiències del turisme gastronòmic a la Comunitat.

6.3.6. Formació

Curs en línia "Introducción y marketing del turismo gastronómico" ofertat pel Basque Culinary.

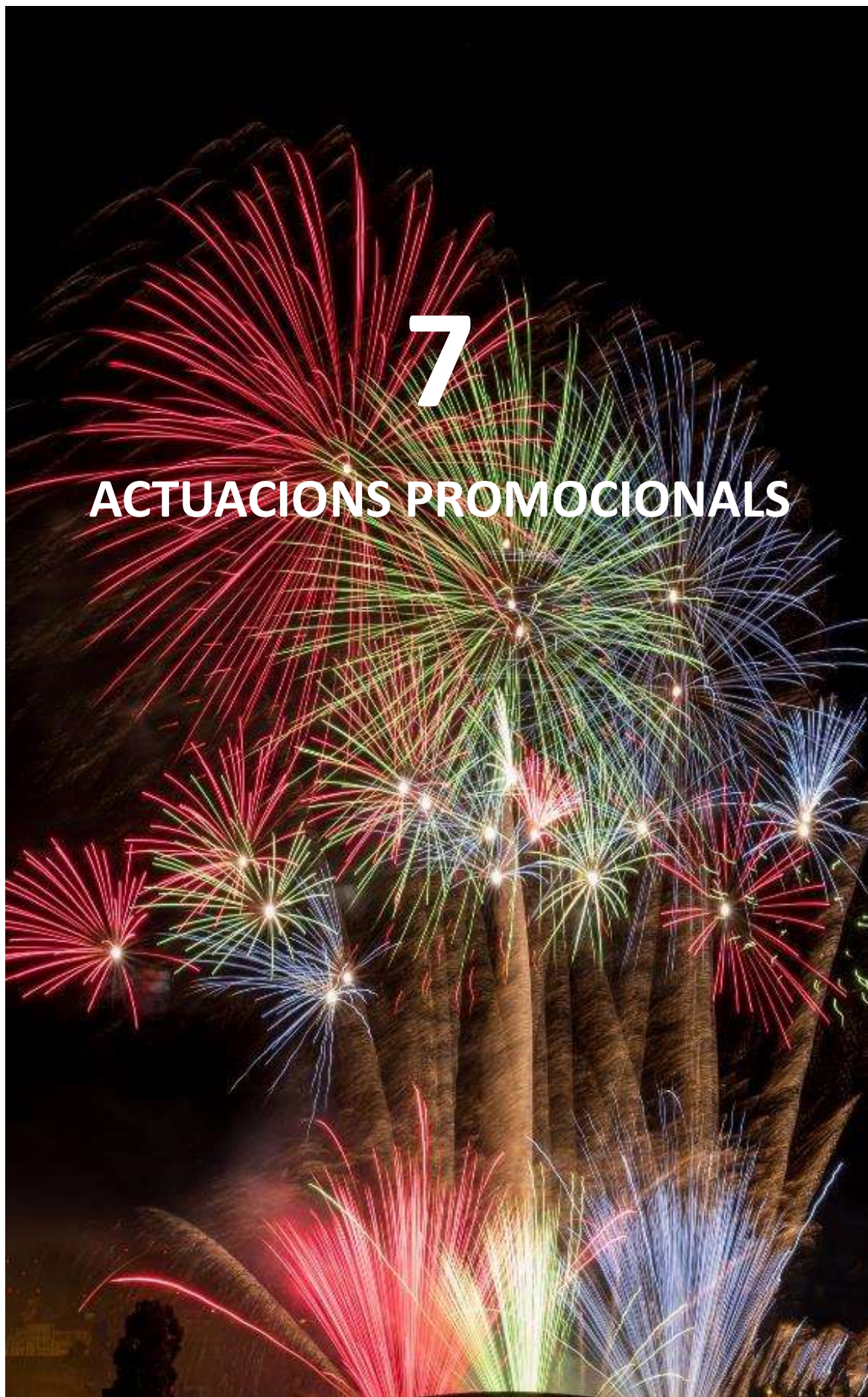
- Tallers: "5 RETOS para remontar la COVID-19: enogastroturismo".
- Tallers: "Nuevos tiempos, nuevas formas de venta online".
- Participació en conferències.

6.3.7. Potenciació de la Xarxa Gastroturística L'Exquisit Mediterrani

- Entitats adherides en 2020: 27 destinacions i entitats.
- Posada en marxa.

7

ACTUACIONS PROMOCIONALS



7.1. ACCIONS PROMOCIONALS

7.1.1.- Certàmens celebrats en territori nacional

Madrid Fusión 2020 (13- 15 gener, Madrid)- Madrid Fusión es l'encontre gastronòmic anual per excel·lència, que té lloc a Madrid. Durant tres dies la capital va albergar xefs reconeguts d'arreu del món. L'organització va modificar la ubicació de l'esdeveniment que tenia lloc habitualment al Palau de Congressos de Madrid, que aquest any se celebra a IFEMA. Estand inclòs en el concurs de fires 2019-20.

Fira FITUR LGBTI 2020 (22- 26 gener, Madrid)- Participació de la Comunitat Valenciana per cinquè any consecutiu en aquest certamen especialitzat en el segment LGBT creat en 2011 i que té lloc al pavelló 3 d'IFEMA. Estand de 36 m² de disseny lliure inclòs en el concurs de fires 2019-20 (exp. TCV04/19).

Fira FITUR 2020 (22- 26 gener, Madrid)- Participació en l'XL edició de la Fira Internacional de Turisme, FITUR. Estand de 2.053 m² en què estan presents com a coexpositors les sis marques turístiques de la Comunitat Valenciana, així com més d'un centenar d'empreses, associacions i clubs de producte. Estand inclòs en el concurs de fires 2019-20.



Fira FITUR Festivales (22- 26 gener, Madrid)- Participació en el II certamen de FITUR Festivales dins de l'espai expositiu de FITUR al pavelló 3 d'IFEMA. Estand de 36 m² de disseny lliure inclòs també en el concurs de fires 2019-20.

Fira FITUR Empresas (22- 26 gener, Madrid)- Participació en la zona d'empreses del pavelló 10 amb un estand de disseny lliure de 20 m² inclòs també el concurs de fires 2019-20.

Fira FITUR Cine (22- 26 gener, Madrid)- Segona edició d'aquesta secció de FITUR ubicada al pavelló 4. Es van contractar 2 mòduls de 9 m² directament a IFEMA, única opció de participació. Hi van participar les *film offices* de les diferents marques turístiques i Peníscola.

Fira NAVARTUR (21- 23 febrer, Pamplona)- Participació en la 15a edició de la Fira Internacional de Turisme de Navarra, un important certamen turístic que té lloc al cèntric Palau de Congressos Baluarte de Pamplona. Estand de 100 m² inclòs en el concurs de fires 2019-20 (exp. TCV04/19).

Assistència al III Congrés Internacional Gastronòmic, que va tindre lloc el dia previ i durant la primera sessió de celebració de la fira. També va tindre lloc el primerencontre B2B amb participació gratuïta per a expositors Navartur 2020.

Fira virtual VECISA (7- 10 juliol, Madrid)- Participació en la I Fira Virtual de Turisme Nacional VECISA 2020, promoguda per Viajes El Corte Inglés, una nova iniciativa sorgida per part d'aquesta entitat per la situació de pandèmia mundial. En aquest espai virtual va estar present Turisme Comunitat Valenciana amb un pavelló virtual junt amb les sis marques turístiques, secretaries tècniques de producte, *convention bureaus* i empresaris de la Comunitat Valenciana. Es van crear sinergies entre empresaris i destinacions de la Comunitat i agents de tota la xarxa d'agències de Viajes El Corte Inglés d'Espanya.

Fira TOTS SANTS (30 octubre – 1 novembre, edició virtual)- Edició virtual amb la participació exclusiva dels comerços locals.

Fira IBTM World (8- 10 desembre, edició virtual)- La fira International Business Tourism World (IBTM World), una de les majors cites anuals de turisme MICE, no va poder celebrar-se en aquest exercici en versió presencial i va ser substituïda per una versió virtual, amb cites preacordades en què van participar, a més de Turisme, els *convention bureaus* de València, Costa Blanca, Benidorm i Alacant.

7.1.2.- Certàmens celebrats en altres països

VAKANTIEBEURS (15- 19 gener, Utrecht)- Es tracta de la primera fira amb què s'obri l'any, prevista en el Pla operatiu aprovat per Turisme Comunitat Valenciana. Una fira en què se citen les millors empreses i professionals relacionats amb el sector, sent per a tots aquests un esdeveniment de gran importància i de quasi inexcusable assistència per a tots, tant per les novetats que s'hi poden observar com pels contactes que es poden establir.

FERIEN MESSE (16 – 19 gener, Viena)- Fira generalista, s'assisteix a l'estand de Turespaña. És la major fira del mercat austríac, en la qual s'ha tornat a participar de nou, atesa l'existència de noves connexions aèries directes des de Viena als 3 aeroports de la Comunitat Valenciana. Viena és la capital d'un dels mercats amb major nivell de renda de la Unió Europea. La ubicació de l'estand dins del pavelló ha sigut excel·lent, amb un accés principal a pocs metres. Castelló i Costa Blanca han participat amb la Comunitat Valenciana en aquesta fira. També Guardamar del Segura ha enviat un tècnic per a promocionar el seu municipi. Introducing Castelló, l'aeroport de Castelló i Viajes Globus han participat amb més de 15 reunions que han tingut lloc en el mateix estand de Turespaña.

MATKA (17 – 20 de gener, Helsinki)- Participació de Turisme Comunitat Valenciana amb un mostrador integrat en l'estand espanyol. El mostrador va registrar l'assistència d'un responsable de Visit Benidorm. Matka és el punt de trobada dels representants del sector turístic de Finlàndia i, a més, és cita obligada per als professionals dels països bàltics. L'edició de 2020 va agrupar l'oferta d'uns 1.000 expositors procedents de més de 89 països i va registrar una afluència superior a les 68.000 persones entre professionals i públic general.

Fira HOLIDAY WORLD (24- 26 gener, Dublín)- Participació en el certamen turístic més important que se celebra a Irlanda. Hi vam participar amb un total de 3 mostradors (Castelló, Benidorm i AVT) de Comunitat Valenciana, dins de l'estand de Turespaña. Hi van assistir també representants de València Turisme, AR-Hotels i Hoteles Poseidón.

Fira GOLFMESSE (30 gener – 2 febrer, Zuric)- Fira especialitzada en golf que té lloc dins del marc de celebració de FESPO, la fira turística més important del país. Hi vam participar amb 2 mostradors en què van participar els següents estaments i empreses: Visit Benidorm, Assoc. Camps de Golf de la C. Blanca i C. Valenciana, Melia Villaitana, Oliva Nova Golf Resort, Hoteles Servigroup, SH Hoteles i Essensaciones. Segons dades de l'organització, l'esdeveniment va comptar amb 160 expositors i al voltant de 10.000 visitants. Xifres que arriben als 600 expositors i uns 60.000 visitants per al conjunt de la fira FESPO.

FIETS & WANDELBEURS (15- 16 febrer, Gant)- Gestió, tramitació de l'espai i coordinació de la fira.

F.R.E.E MÜNCHEN (19- 23 febrer, Munic)- Fira generalista, s'assisteix en l'estand de Turespaña. La fira F.R.E.E que se celebra a la ciutat de Munic és una fira de vacances en la qual hi ha diferents sectors com turisme de salut i benestar, caravanes i turisme de naturalesa, esports i bicicleta: l'edició de 2020 de la fira de turisme de Munic va comptar amb més de 1.300 expositors procedents de 70 països diferents i s'ha posicionat com la segona fira alemanya de turisme de públic final, amb més de 145.000 visitants, per darrere de la de Stuttgart. Les marques turístiques participants van ser Costa Blanca i Benidorm dins del mostrador de la Comunitat Valenciana. Es va realitzar una presentació al públic final a la sala destinada per a les presentacions de destinacions.

FIETS & WANDELBEURS (28 febrer – 1 març, Gant)- Gestió, tramitació de l'espai i coordinació de la fira.

FIRA IGTM Links (20- 22 octubre, edició virtual)- Fira virtual que va substituir l'esdeveniment tradicional que hauria d'haver-se celebrat a Newport (Regne Unit). En aquesta ocasió, l'organització de la fira va crear una plataforma a través de la qual els expositors podien elaborar un llibre de cites amb els membres de IAGTO inscrits en la fira (*buyers*, en la seua majoria turoperadors especialitzats en el producte golf). Es va establir una agenda de 24 cites ateses, algunes, amb la participació de l'Associació de Camps de Golf de la C. Blanca i Comunitat Valenciana i Visit València. La participació va ser gratuïta.

FIRA WTM (9- 11 novembre, edició virtual)- Edició virtual d'aquesta fira que hauria d'haver-se celebrat del 2 al 4 de novembre a Londres. L'organització de la fira va crear una plataforma a través de la qual els expositors podien elaborar un llibre de cites amb els agents de viatge, turoperadors i empreses del sector registrats com a compradors. També van participar les 6 marques turístiques de la Comunitat Valenciana. Es va elaborar una agenda de 20 reunions amb professionals del sector turístic de diversos països.

A més, l'organització de la fira va elaborar diverses conferències que podien ser visualitzades durant el transcurs de l'esdeveniment.

7.2. TALLERS, JORNADES INVERSES I PRESENTACIONS

ITÀLIA

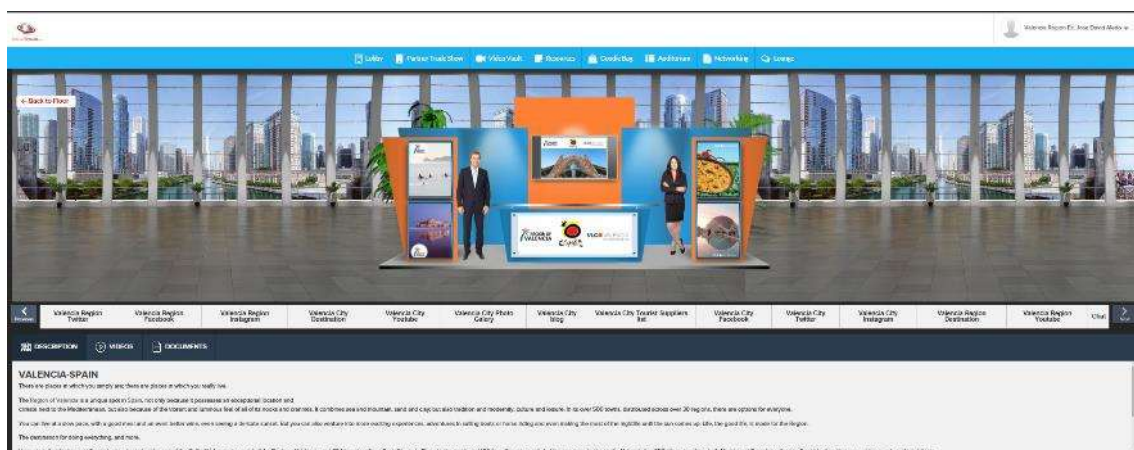
Taller virtual VR SPAGNA 20, (1 al 3 de desembre)- Certamen virtual organitzat per les oficines espanyoles de turisme a Roma i Milà. Per a l'esdeveniment es va utilitzar la plataforma Virbela que recreava digitalment un recinte firal. Es van dur a terme presentacions programades a agents de viatge italians durant els tres dies de celebració de l'esdeveniment.

REGNE UNIT

Congrés Intel Travel, Birmingham (18 gener) - Aquest consorci reuneix agents de viatge independents que integren uns 5.000 treballadors que exerceixen la seua activitat des de casa i realitzen reserves per a tota mena de productes turístics. El congrés va comptar amb l'assistència d'uns 400 agents, Turisme CV va fer una presentació i va comptar amb un mostrador en l'espai de taller organitzat durant l'esdeveniment. Hi va participar Turespaña (OET de Londres)

Presentació virtual EasyJet Holidays (3 juny)- Turisme CV i la Federació Empresarial d'Hostaleria de València (CONHOSTUR), amb el suport de l'Oficina Espanyola de Turisme de Portugal, van realitzar a Cascais un esdeveniment exclusiu que va permetre a premsa, agents i turoperadors conèixer tant l'oferta turística i experiencial de la Comunitat Valenciana, com descobrir la nostra gastronomia de la mà del xef del Restaurant Casa Manolo, reconegut amb 1 estrella Michelin. A l'esdeveniment van assistir més de 70 convidats, entre els quals es trobaven agents del sector, turoperadors i diversos mitjans que van donar cobertura a l'esdeveniment.

Congrés Intel Travel (26 setembre)- Durant aquesta jornada virtual, es van celebrar diverses xarrades de turoperadors i empreses turístiques a les quals van assistir els agents membres inscrits a l'esdeveniment. Turisme Comunitat Valenciana, juntament amb Visit València, prenem part en aquesta jornada amb dues presentacions de destinació.



ABTA the Travel Convention (14 octubre) - Assistència a la convenció virtual que organitza ABTA en substitució de la seua convenció anual que en 2020 tenia previst celebrar-se a Marràqueix. Es van dur a terme diverses sessions de xarrades i conferències, panells de discussió i tallers especialitzats.

Intele Travel Virtual Convention (28 novembre) - El consorci Intele Travel va organitzar una fira virtual que incloïa diverses xarrades i presentacions. A més, van habilitar una plataforma a manera de fira virtual en la qual els expositors, entre els quals estava Turisme Comunitat Valenciana juntament amb Visit València, disposaven d'un estand en el qual vam mostrar fullets, imatges i vídeos promocionals. Els agents podien visitar els diversos estands i consultar la documentació oferida, així com realitzar consultes als representants de l'estand. També es va oferir una presentació de destinació pregravada per part de Visit València i Turisme Comunitat Valenciana.

SEMINARIS WEB

Dels següents mercats:

PAÏSOS BAIXOS

Webinar mercat neerlandés (16 juny) – amb la participació del conseller de Turisme de l'Ambaixada d'Espanya a la Haia i Brussel·les, el CEO de l'Associació d'Agents Independents The Travel Club i membres del Consell de Direcció de l'Associació Sectorial ANVR.

Webinar mercat neerlandés amb la revista professional *Travelpro* (26 juny) – Amb el conseller de Turisme de l'Ambaixada d'Espanya a la Haia i Brussel·les i l'*account manager* de la revista professional *Travelpro*. Turisme Comunitat Valenciana en col·laboració amb Turespaña va presentar el divendres 26 de juny l'oferta turística de la Comunitat Valenciana a més de 50 agents de viatges dels Països Baixos. La presentació es farà mitjançant un seminari web organitzat per la revista *TravelPro*, un dels principals mitjans destinats als professionals del sector turístic holandés, i amb aquesta es vol donar a conèixer la diversitat de l'oferta turística de la Comunitat en aquest mercat, incidint especialment en productes que poden tindre una bona acceptació en un mercat com l'holandés en les actuals circumstàncies, com ara el turisme actiu, el nàutic o els càmpings, però sense oblidar productes com el vacacional o el turisme urbà o gastronòmic. El mercat holandés, amb més de 16 milions d'habitants, és el quart mercat emissor cap a nostra la Comunitat Valenciana, amb prop de mig milió de turistes en 2019.

BÈLGICA

Seminari web mercat belga (18 juny) – Amb el conseller de Turisme de l'Ambaixada d'Espanya a Brussel·les i la Haia, el responsable d'ABTO (Associació Holandesa de Turoperadors) i el director de Producte de Flight Holidays de TUI Holland.

Seminari web mercat belga amb *Travel Magazine* (14 octubre) – amb el conseller de Turisme de l'Ambaixada d'Espanya a Brussel·les i la Haia i el director de la revista *Travel Magazine*. Seminari web amb *Travel Magazine*, la revista professional més important a Bèlgica i Luxemburg, en col·laboració amb Turespaña.

ALEMANYA

Seminari web mercat alemany (22 juny) - En aquest seminari web, dedicat a la situació i les expectatives del mercat alemany de cara al segon semestre de 2020, hi van participar la consellera de Turisme de l'Ambaixada d'Espanya a Munic i el director de destinacions Espanya, Portugal, Cap Verd i Carib d'FTI.

Presentació de CV i el seu producte gastronòmic per a zona sud d'Alemanya (15 desembre) - En col·laboració amb l'Oficina Espanyola de Turisme a Munic i la DO Torró de Xixona, el 15 de desembre es va organitzar una presentació virtual de la Comunitat Valenciana per a professionals turístics dels *länder* de Baviera i Baden-Württemberg, al sud d'Alemanya, l'eix principal de la qual va ser la gastronomia i les tradicions nadalenques, entre aquestes la preparació d'un típic torró de Xixona per cadascun dels assistents. Més de 40 agents i mitjans alemanys van participar en aquesta activitat promocional.

REGNE UNIT

Seminari web mercat britànic (23 juny) – amb la participació del conseller de Turisme de l'Ambaixada d'Espanya a Londres, la directora de Relacions amb els Mercats d'ABTA i l'Associació Britànica de Turoperadors. Presentació per part del secretari autonòmic de Turisme. Inscrits: 110, assistents: 63.

FRANÇA

Seminari web mercat francès (30 juny) - Rocío Martín, subdirectora adjunta Subdirecció General Estratègia i Serveis al Sector Turístic, Institut de Turisme d'Espanya (Turespaña); Tatiana Martínez, directora/consellera de Turisme, Ambaixada d'Espanya / Representació Permanent, OCDE. Jean Luc Dufrenne, director general turoperador de Generation Voyages i president d'Entreprises du Voyage des Hauts de France / Normandie (associació patronal d'agències de viatges) i administrador d'APST (organisme de garantia per a agències de viatge).

7.3. VIATGES DE PREMSA I FAMILIARITZACIÓ

BÈLGICA

Acció amb Le Journal de L'Evassion - TV RTBF (17 novembre) - Acció amb Le Journal de l'Evassion en la televisió francòfona, en l'RTB, en el programa de televisió *Li 6-8*, en horari de *prime time*, sobre turisme urbà, en què es va donar informació sobre Alacant i es va realitzar un concurs per a conèixer la destinació. Amb un total de 5 minuts i 46 segons en antena promocionant la destinació. Aquesta acció és finançada per Turisme Comunitat Valenciana i es va realitzar en col·laboració amb l'Oficina Espanyola de Turisme de Brussel·les. Le Journal de l'Evassion és el mitjà web belga que brinda idees i consells per a allunyar-se de tot a Bèlgica, França o en qualsevol altre lloc d'Europa i el món. En el seu portal web es poden trobar reportatges, articles i centenars de propostes i idees per a estades per a tots els gustos: gastronomia, insòlit, benestar, creuers, viatges i escapades per a enamorats, familiars, amics; al sol o en la neu, al costat de la mar o en la muntanya, en el camp o en un viatge a la ciutat, en un hotel, en un alberg o en una casa d'hostes. El seu equip està format per periodistes especialitzats en turisme, i altres mitjans de comunicació en general recorren a la nostra experiència en aquesta àrea.

NORUEGA

Fam trip AAVV – OET Oslo (5 – 8 març)- Davant l'obertura de la connexió Oslo-València amb la companyia SAS durant la temporada estival, es va organitzar aquest viatge d'agents, inclòs en el Pla operatiu anual de Turespaña, que va representar una oportunitat de promocionar la destinació València entre 6 agents de viatge d'importants operadors noruecs. Va comptar amb la participació d'una representant de l'OET d'Oslo.

Fam trip Transeurope (8 – 11 març)- Famtrip d'agents de viatges a València en col·laboració amb Brussels Airlines.

7.4. ACCIONS EN LÍNIA

PORTUGAL

Setmana de la CV en Xarxes Socials (3 – 9 agost)- Consisteix a tematitzar la pàgina de Facebook de l'OET de Portugal amb informació de les destinacions i productes turístics de la Comunitat Valenciana, mitjançant 5 posts de continguts diversos. Els 5 posts publicats en Facebook han tingut un total d'1.497.699 impressions i un abast de 616.955 usuaris únics en el format pagat, davant dels 380 mil estimats inicialment. Amb aquests resultats, millorem el nombre d'impactes respecte a l'any passat i especialment les interaccions (més de 60 mil), atés que el vídeo ha funcionat molt bé.

BRUSSEL·LES

Setmana de la CV en Xarxes Socials (23 – 29 novembre)- Consisteix a tematitzar la pàgina de Facebook i Twitter de l'OET de Portugal i la plataforma Travel 360º de Turespaña amb continguts i informació de les destinacions i productes turístics de la Comunitat Valenciana. Els posts publicats en Facebook van arribar a una mitjana de 1.164 persones per publicació, van obtenir un total de 21.857 impressions i un total de 760 interaccions. Quant a l'impacte de les piulades, van obtenir 7.702 impressions i van rebre 361 interaccions. En els articles publicats en Travel 360º, es van publicar 2 articles i hi ha hagut una mitjana de lectura de 6.087 per article (3.962 en la versió en neerlandés i 2.125 en la francòfona).

7.5. PRODUCTES I ALTRES ACCIONS

CREUERS

Aquest sector ha tingut activitat molt reduïda durant el 2020, no obstant això, es van continuar els contactes i reunions amb els ens relacionats amb la promoció de turisme de creuers en els ports de la Comunitat Valenciana. En particular amb Turisme d'Alacant i la fundació Port Castelló.

PRODUCTE LGBTQ+

Les activitats promocionals més rellevants d'aquest segment, i que habitualment impliquen la concentració de gran quantitat de persones, es realitzen entre maig i setembre, motiu pel qual en 2020 la totalitat d'accions en les quals sol participar Turisme Comunitat Valenciana van ser cancel·lades, no obstant això, es van mantindre reunions amb Visit València i altres entitats públiques i privades de cara a obtenir per a València la concessió de seu dels Gay Games 2026.

GOLF

Seminari producte GOLF (8 juny) - Director executiu IAGTO, Peter Walton.

Amb la participació del president de l'Assoc. Camps de Golf de la C. Blanca i Com. Valenciana, presentació per part del secretari autonòmic de Turisme, Francesc Colomer i Juan Muñoz, cap del Servei de Promoció. Assistents: 25

Desenvolupament i seguiment de les fases prèvies del contracte de fires 2020/2021 exp. TCV 15/20 entre març i agost 2020

Preparació PLA de MÀRQUETING TURÍSTIC POST-COVID – 19 maig 2020

Col·laboració en la revisió de continguts del nou aparador turístic publicat pel Servei de Màrqueting en Línia el 27 de maig

Coordinació amb Màrqueting en Línia en la promoció EN LÍNIA dels mercats xinés i rus

Elaboració i presentació de la Guia de destinacions turístiques d'interior segures, 12 juny

Elaboració informe POA 2020 POST-COVID-19, juny – agost 2020

Col·laboració amb l'Àrea de Competitivitat Turística en la gestió del programa de producte CreaTurisme per a les ajudes directes COVID – 19

Coordinació amb INVAT.TUR per a la pròxima creació d'informes des de la nova eina promocional

Coordinació amb la Subdirecció General de Turisme per a la valoració del reconeixement de la condició de municipi turístic d'alguns municipis de la CV

Gestió d'informes en PADLET

Assistència virtual a SEMINARIS WEB (març – juliol):

Divendres 17 d'abril: **Destinacions espanyoles, ciutats: Madrid, Barcelona i València**
Organitzat per Hosteltur

Dijous 23 d'abril: **Debat en línia amb consellers de turisme de Turespaña**

“Retos e incertidumbres de los mercados turísticos ante la nueva era”
Organitzat per FUTURISMO CANARIAS.

Divendres 24 d'abril: **Presentació del Projecte nacional d'especificacions tècniques i segell de garantia per a la prevenció de la COVID-19.**
Organitzat per l'ICTE i Turespaña.

Dijous 30 d'abril: **Un viatge virtual pel turisme industrial d'Alacant**
Organitzat per la Cambra de Comerç d'Alacant

Dimecres 27 maig: **Nou marc de referència per a l'obertura d'establiments i serveis turístics.**
Urban Tourism Trends
Organitzat per Visit València

Dijous 11 juny: **TALLER ESTRATÈGIES PROMOCIÓ I MÀRQUETING**
Organitzat per INVAT.TUR

Dilluns 15 juny: **Reunió CV amb Turespaña – Reajustament POA 2020 POST-COVID-19**

Dilluns 6 juliol: **Presentació Pla estratègic TCV 2020 - 2025**
Organitzat per INVAT.TUR.

8

PUBLICITAT, MÀRQUETING EN LÍNIA, COMUNICACIÓ *OFFLINE*



8.1. REALITZACIÓ DE CAMPANYES I ACTUACIONS DE PUBLICITAT

L'estratègia de comunicació turística s'articula en funció dels diferents canals o suports complementaris entre si; a la tradicional línia de comunicació basada en publicacions impreses se suma cada vegada amb més força la comunicació en línia com una via eficaç de promocionar la Comunitat Valenciana.

El portal turístic www.comunitatvalenciana.com, les xarxes socials, la mobilitat i l'ús de formats multimèdia fomenten i incrementen el compromís i la fidelització amb la marca Comunitat Valenciana. A això cal afegir la publicitat a través de campanyes de comunicació, amb una difusió a través d'una combinació de mitjans, accions *branded content* o insercions directes en mitjans de comunicació.

Així mateix, es vertebren a través de la col·laboració amb diverses entitats certes actuacions de màrqueting turístic per a conjuminar els esforços de tots, a través de convenis nominatius per a la millora de la imatge i la competitivitat de la Comunitat Valenciana.

8.1.1. Campanyes de publicitat

Durant l'any 2020 s'han realitzat les accions publicitàries incloses en aquesta anualitat de la campanya de publicitat autonòmica, nacional i internacional activa de l'expedient TCV 13/17.

Campanya de publicitat autonòmica i nacional. Pròrroga exp. 13/17 Lot 1: La campanya es va desenvolupar des de l'1 de gener de 2020 fins al 12 de setembre de 2020, i es va veure afectada per un recés a causa de la crisi sanitària derivada de la COVID-19.

Les actuacions es van realitzar en dos períodes: el primer, des de gener fins a març, basat en criteris de desestacionalització (incloent-hi les actuacions en FITUR), i a partir de juliol, després de la desescalada de la crisi sanitària, centrat en missatges i adaptacions gràfiques enfocades al període vacacional.

El plantejament tàctic va comprendre actuacions en televisió, ràdio, premsa i revistes, en línia, exterior i cinema, tenint en compte l'estratègia de productes de Turisme CV i els mercats nacionals d'interés, conjugant els suports publicitaris de Mediterrani en Viu i la col·laboració en matèria de continguts.

La campanya de publicitat autonòmica i nacional, amb dades de l'estudi de notorietat realitzat l'agost-setembre de 2020, va obtindre un impacte del 57 % i una valoració de 8,1 per damunt de *benchmark* (6,9). El mitjà de comunicació en el qual es va recordar més de la campanya continua sent la televisió (97 %).

10/04/2020 11:14

10/04/2020 11:14

10/04/2020 11:14



Metro Madrid Alonso Martínez



Campaña de publicitat internacional: La campaña es va desenvolupar des de l'1 de gener de 2020 fins al 23 de juliol de 2020, període en el qual s'inclou el recés per la crisi sanitària derivada de la COVID-19.

L'actuació en la campanya internacional va plantejar una estratègia multimèdia en suports *offline* i en mitjans digitals, combinant accions de continguts amb publicitat convencional. A través del *mix* de mitjans, la campanya va tindre presència al Regne Unit, Alemanya, França, la Xina, els Països Baixos, els països nòrdics i Polònia; amb actuacions en premsa i suports digitals (operadors turístics, premsa especialitzada en viatges, etc.).



PÁGINAS ESPECIALES



ARES DEL MAESTRE

LA ATALAYA DE CASTELLÓN. VISITAMOS ESTE FUERTE CASTELLONENSE QUE OFRICE UNAS ESPECTACULARES VISTAS DE LA COMARCA DE L'ALT MAESTRAI. DESCUBRIMOS QUE CLINTA, ADemás, CON UN LEGADO PATRIMONIAL QUE SE REMONTA A TIEMPOS PREHISTÓRICOS Y CON UN ENTORNO NATURAL QUE ES TESTIGO DE LOS MODOS DE VIDA DE SU RÍO PASADO.



Este pequeño pueblo de pocos más de 200 habitantes es uno de los más fotográficos de la Comarca Valenciana. Parte de su encanto se debe a su privilegiada ubicación a 150 metros de altura, que lo convierte en un acanalamiento ideal. Pero en su seno también se esconden maravillas.

Empezamos nuestra visita en la Plaza Mayor, el punto de partida de todos los caminos en Aielo de Truelva. Al fondo de la bienvenida al municipio encontramos el Ayuntamiento, con una decoración sobria y elegante, y a la izquierda, un antiguo molino de aceite, que por suerte se conserva en su estado original, y que por suerte no se usaba para castigar a los malos de los templos.

Maya cenot, personado por la zaranda medieval del Perú (antigua iconja con accorgitico-madrijal-neutro siglo XII), se alcaza la Iglesia Parroquial de la Asunción. Fue construida en el siglo XVII.

Enramos luego al aspero al viejo Castillo de Ares. Aunque no son muchos los vestigios que quedan, su vista es impresionante porque en el se supieron poner en evidencia las ruinas de Albiñes, lo que da fe de la importancia estratégica de esta población a lo largo de la historia. En su derredor se formó por tres recintos amurallados y rodeado se pueden observar el convento, los restos de murallas, torres y una torre de alfileres.

ENTRE MOLINOS Y ARTE RUPESTRE
En el camino que bordea la subida al castillo se encuentra el Molino de Arco, un lugar tan interesante como el que se combenian a una magnífica panorámica del resto del territorio de Arco del Zúezcar, de la sierra conntro que sube el puerto Coll de Arco, de los barrancos como el del Molino o del Horta y de los lavaderos de piedra en seco que abundan en el terreno pedregoso.

vas de diversas rutas senderistas. Entre ellas, destaca el Camino del Barranco del Molino, que recorre antiguos caminos de harradura utilizados en el I y II milenio, todavía en los diez molinos harineros del siglo XVIII. El recorrido circular se plasma dentro de un molino en el mismo sentido en que lo hacía el agua. De esta forma no solamente se aprenden mejor la complejidad del sistema hidráulico, sino que disfrutamos de un marco paisajístico de gran envergadura.

Una escultura muy recomendable es la que nos lleva hasta los vestíbulos de la Casa Benignig, el templo de la Casa Benignig, en la pedanía de la Montañana. Crea un ambiente acogedor y de los conjuntos de arte rupestre mejor conservados de todo el Levante español, con pinturas que representan figuras humanas, animales y escenas de caza.

Campanya de publicitat internacional: L'actuació en la campanya internacional va plantejar una estratègia multimèdia en suports *offline* i en mitjans digitals, combinant accions de continguts amb publicitat convencional.

A través del *mix* de mitjans, la campanya va tindre presència al Regne Unit, Alemanya, França, la Xina, els Països Baixos, els països nòrdics i Polònia; amb actuacions en TV (Euronews, Eurosport), premsa i suports digitals (operadors turístics, premsa especialitzada en viatges, etc.).



Dins d'aquesta campanya, es van realitzar actuacions publicitàries focalitzades en mercats i situacions concretes, servint d'exemple la campanya de mitjans destinada al mercat britànic amb motiu de la situació d'incertesa provocada per les notícies referents al temporal Gloria, basada en una campanya d'insercions en mitjans impresos i publicitat programàtica basada en grans mitjans i llocs de viatges.

Campanya d'emergència COVID-19: Es van contractar els serveis de disseny, producció i compra de mitjans d'una campanya de publicitat autonòmica informativa sobre les mesures de seguretat que han d'adoptar els agents turístics de la Comunitat Valenciana, residents, turistes i visitants contra el virus COVID-19. La campanya es va desenvolupar des del 26 de maig fins a l'1 de setembre de 2020, que va desenvolupar, entre altres, les següents accions:

- El disseny de la creativitat i la realització de les peces publicitàries informatives de les mesures de seguretat COVID-19 (lema, imatge de campanya, material gràfic, fullets, cartell per a exterior, falques de ràdio, espots).



- Elaboració dels plans de mitjans basats en quatre onades per a adaptar-se a l'evolució de les mesures sanitàries implantades i a les fases de la desescalada, amb l'objectiu d'informar els ciutadans i el sector turístic de les mesures i actuacions que era necessari observar per al desenvolupament de l'activitat turística.



Actuació publicitària en la Marató de València 2020: La Marató de València és el segon esdeveniment de València després de les Falles, que genera una despesa turística de 23 milions d'euros i més de 226.000 pernотacions en la seua última edició, amb participants de més de 100 nacionalitats. Amb el missatge "València t'espera", es va fer arribar la imatge de València a desenes de milers d'aficionats a aquest esport en el món en la prova, que enguany, per les condicions sanitàries derivades de la COVID-19, va ser "NOMÉS ELIT".

Per tot això, Turisme Comunitat Valenciana va col·laborar en la promoció del turisme de la Comunitat Valenciana a escala internacional amb les següents accions publicitàries:

- Presència del logo en rodes de premsa de presentació de l'esdeveniment i d'atletes d'elit.
- Presència del logo en la carpeta oficial de l'esdeveniment.
- Dues pàgines completes de publicitat en la revista / llibre oficial del 40é aniversari de la Marató.
- Recorregut turístic amb fotografies de la Comunitat Valenciana en els punts quilomètrics de la Marató.
- Presència del logo en el rellotge de meta i el crono del cotxe de carrera.
- Presència en diferents canals en la retransmissió en TV



8.1.2. Disseny creativitats

Disseny de creativitat de la campanya nacional i internacional d'oferta turística de la Comunitat Valenciana: Contractació d'un servei per a la realització de la creativitat i producció de suports publicitaris per a una campanya de publicitat nacional i internacional per a la difusió de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana.

Durant 2020 es va desenvolupar la fase d'adjudicació del contracte, i des de juliol fins a desembre de 2020 es va planificar l'execució del contracte i es va portar avant l'estratègia creativa, la confecció dels guions dels espots, el rodatge del material per a la confecció dels espots d'1 minut i part dels espots de producte i la realització de les fotografies de campanya.

Naming i disseny creativitat llançament Bo Viatge: El programa Bo Viatge Comunitat Valenciana respon a la urgent necessitat de prendre mesures que incentiven la demanda autonòmica a fi de compensar la falta de demanda internacional i, si és el cas, d'alguns mercats nacionals, de tal manera que es puguin mantindre les ocupacions d'aquells establiments que pogueren adherir-se al programa.

Per a la promoció del programa, es realitzaran campanyes de promoció i publicitat: un desenvolupament de peces publicitàries amb el *naming* de campanya “ViatgemCV”.

Totes aquestes peces han servit de suport per a la difusió i el llançament del programa Bo a través de campanyes de publicitat i accions en xarxes socials.



Peces audiovisuals amb la finalitat de promocionar els productes i les destinacions turístiques durant la COVID-19: A causa de l'estat d'alarma i confinament a causa de l'expansió del virus COVID-19, es necessitava activar accions de comunicació adaptades a les circumstàncies especials, i per a això Turisme Comunitat Valenciana va requerir l'edició de material audiovisual per a realitzar aquestes accions de comunicació per a traslladar missatges adequats al sector turístic, especialment, i al turista, en general.

L'objectiu era, per tant, la creació i adaptació de peces audiovisuals, per a realitzar la comunicació de Turisme Comunitat Valenciana en els diferents portals turístics i xarxes socials associades amb missatges adaptats a l'estat de confinament i evolució constant per l'estat d'alarma provocat pel virus COVID-19.

Per a això es van realitzar diverses peces audiovisuals en conjunció amb l'estratègia de comunicació de Turisme Comunitat Valenciana al llarg del període de confinament. En aquests vídeos, amb guions realitzats internament des de Turisme, es traslladava l'anhel per poder tornar a gaudir de l'oferta de productes turístics de la Comunitat Valenciana.



8.1.3. Ampliació dels drets de locució, música, models i adaptació dels espots de Mediterrani en Viu

L'objecte d'aquesta contractació va ser l'ampliació per un any, a partir de juliol de 2020, dels drets de locució, música, models, l'adaptació dels espots i altres conceptes necessaris per a garantir la correcta difusió en els diferents suports que formen part de les campanyes turístiques de la Comunitat Valenciana, tant en l'àmbit nacional com internacional.

- Ampliació dels drets musicals un any, nacional i internacional.
- Ampliació dels drets de locució per a la campanya nacional de l'espot genèric de 20'', interior 20'' i cultural 20'', tant en castellà com en valencià.
- Falca genèrica 20'', castellà i valencià.
- Drets d'imatges d'actors per a TV i gràfica durant un any de 6 models joves: Dénia, 2 models; Montanejos, 2 models LGBT, i un model Celler.

Aquesta ampliació de la cessió de drets va permetre seguir amb les actuacions publicitàries fins que es compte amb la nova creativitat i producció de suports publicitaris que donarà continuïtat a l'actual campanya Mediterrani en Viu.

8.1.4. Servei de locució i sonorització de vídeos en idiomes internacionals

Mitjançant aquest contracte, es van realitzar satisfactòriament locucions i sonoritzacions de diversos vídeos editats i guionitzats amb la finalitat de traslladar un missatge responsable, "EM QUEDE A CASA", alhora que s'emplaçava els turistes a tornar a la Comunitat Valenciana quan la crisi acabara.

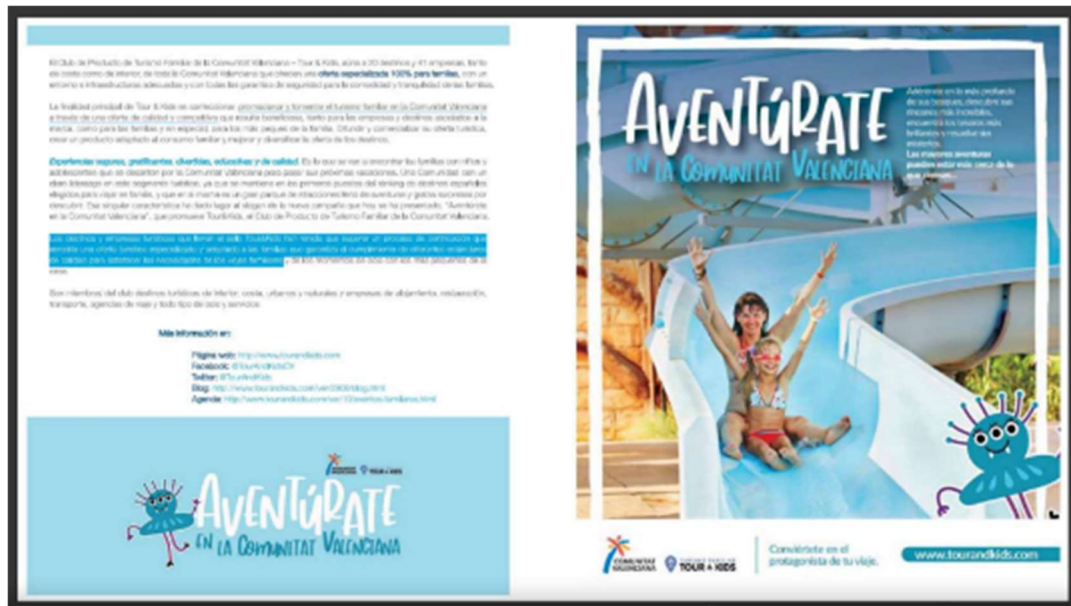
Aquests vídeos es van locutar en anglés, alemany, francès, italià i portugués.

8.1.5. Adaptacions gràfiques per al suport en la promoció turística

Durant els dos primers mesos del 2020, es va continuar col·laborant en la realització de panells per a fires, algunes de les quals es van suspendre amb l'estat d'alarma. A més, es van realitzar diverses fires virtuals a les quals s'ha aportat també material gràfic.

8.2. PROMOCIÓ ESPECÍFICA

Mitjançant convenis amb associacions sectorials i entitats locals per a la promoció de productes i destinacions turístiques, es va donar suport en 2020 a actuacions que tenien com a objectiu la difusió i promoció de productes turístics, de destinacions de la Comunitat Valenciana i aquelles altres de màrqueting dirigides a mercats d'interés prioritari per a les associacions i entitats locals que ho promouen.



A aquest efecte, Turisme CV va signar convenis de col·laboració amb les següents entitats:

BENEFICIARIS	OBJECTE
Associació d'Empreses de Turisme Actiu	Accions de publicitat i difusió del turisme actiu de la Comunitat Valenciana
Ajuntament d'Altea	Accions de màrqueting turístic i promoció del municipi d'Altea
Ajuntament de Cocentaina	Actuacions de màrqueting col·laboratiu per a la promoció de festes de rellevant interès turístic: Fira de Tots Sants
Ajuntament de Gandia	Potenciar la ruta turística de la família dels Borja.
Ajuntament de Lliria	Accions de promoció del producte turístic del municipi de Lliria
Ajuntament de Peníscola	Pla de promoció del producte cinematogràfic de Peníscola i de la CV
Ajuntament de Sagunt	Pla de promoció turística del producte cultural a través de les arts escèniques a Sagunt i de la CV.

BENEFICIARIS	OBJECTE
Ajuntament de Torrevieja	Actuacions de màrqueting col·laboratiu per a la promoció de festes de rellevant interès turístic: Havaneres
Ajuntament de Xàtiva	Potenciar la ruta turística de la família dels Borja.
Associació Empresarial Valenciana d'Agències de Viatge (AEVAV)	Accions de promoció i comercialització de paquets turístics de la CV.
Associació Club de Producte d'Allotjaments d'Interior de la CV-TEMPS	Suport d'accions de promoció i comercialització de l'oferta turística d'interior de la CV.
Associació d'Empresaris de Camps de Golf de la Costa Blanca i Comunitat Valenciana	Fomentar accions de promoció de turisme de golf tant nacional com internacional.
Associació de Fogueres Especials d'Alacant	Actuacions de màrqueting col·laboratiu per a la promoció de festes de rellevant interès turístic: les Fogueras d'Alacant
Associació de Promotors Musicals de la Comunitat Valenciana	Actuacions de màrqueting i promoció del producte del turisme musical.
Associació de Promotors de Grans Festivals Música CV	Accions de promoció, difusió i desestacionalització turística amb la marca Mediterranean Fest
Associació Empresarial València Premium	Promoure accions de turisme excel·lent a la CV
Associació d'Empreses d'Hostaleria de Torrevieja i Comarca	Accions de promoció i màrqueting de l'oferta d'hostaleria i restauració de Torrevieja.

Associació Empresarial Hotelera de Benidorm, Costa Blanca i Comunitat Valenciana- HOSBEC	Actuacions de publicitat, promoció i comàrqueting per a la difusió de l'oferta de Benidorm, Costa Blanca i Comunitat Valenciana en el mercat nacional i internacional, incidint en aquest últim en el mercat britànic (Brexit).
Associació per a la Promoció del Turisme Familiar de la CV	Suport de l'activitat de turisme familiar a la CV
Associació Provincial d'Hotels d'Alacant	Accions de promoció i màrqueting de l'oferta hotelera d'Alacant.
Associació de Sant Jordi	Actuacions de màrqueting col·laboratiu per a la promoció de festes de rellevant interès turístic: Moros i Cristians d'Alcoi
Associació Valenciana d'Empreses Productores de Teatre, Dansa i Circ- AVETID	Foment de la imatge de València i la CV com a referents del turisme cultural i les arts escèniques.
Confederació de Persones amb Discapacitat Física i Orgànica de la Comunitat Valenciana- COCEMFE	Col·laboració per a l'impuls al turisme accessible a la CV, "turisme per a tots"
Confederació d'Empresaris d'Hostaleria i Turisme de la Comunitat Valenciana- CONHOSTUR	Promoció i desenvolupament del producte gastronòmic de la CV
Federació Empresarial de Càmping i CV de la Comunitat Valenciana	Realització d'accions de promoció i dinamització de l'oferta turística de càmpings de la CV
Federació de Societats Musicals de la Comunitat Valenciana	Promoure el producte musical valencià per excel·lència de bandes de música locals

BENEFICIARIS	OBJECTE
Federació d'Oci, Turisme, Joc, Activitats Recreatives i Indústries Afins de la CV (FOTUR).	Col·laboració en actuacions promocionals dels productes d'oci i turisme de la CV
Federació Falles Secció Especial	Actuacions de màrqueting col·laboratiu per a la promoció de festes de rellevant interès turístic: Falles de Secció Especial
Federació Gestora de Gaiates	Actuacions de màrqueting col·laboratiu per a la promoció de festes de rellevant interès turístic: Gaiates de Castelló
Federació Valenciana d'Enoturisme de la Comunitat Valenciana	Foment i promoció de la Comunitat Valenciana destinació turística
Fira Mostrari Internacional de València	Accions del turisme gastronòmic (Gastrónoma). MICE, actiu i esportiu
Fundació Cultural Capella de Ministrers	Activar i donar suport al producte turístic cultural a través d'accions de la música.
Fundació Visit Benidorm de la CV	Realització d'actuacions de màrqueting i promoció turística de Benidorm en l'àmbit nacional i internacional.
Fundació de Turisme de Montanejos de la Comunitat Valenciana	Accions de promoció i difusió del producte turístic a Montanejos
Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana	Foment de la imatge de la ciutat de València com a referent en el turisme dels diferents productes, entre els quals destaquen el cultural, l'urbà, el gastronòmic, l'esportiu, el familiar i el de negocis (MICE).

BENEFICIARIS	OBJECTE
Institució Firal Alacantina (IFA)	Donar suport a les actuacions del turisme gastronòmic, nàutic, cultural i familiar.
Institut Seda Espanya	Promoure actuacions de promoció turística del producte Ruta de la Seda
Associació Club del Producte Turístic Introducing Castelló	Accions de promoció i màrqueting de l'oferta turística de la província de Castelló
Palau de les Arts Reina Sofía. Fundació de la Generalitat	Accions de promoció i màrqueting de la cultura de la CV en col·laboració amb el Palau de les Arts Reina Sofía.
Patronat Municipal de Turisme d'Alacant	Realització d'accions de promoció i màrqueting del producte turístic del municipi d'Alacant
Patronat Municipal de Turisme de Castelló de la Plana	Accions de promoció i difusió del producte turístic del municipi de Castelló de la Plana
Plataforma representativa estatal de persones amb discapacitat física (PREDIF)	Col·laboració per a l'impuls al turisme accessible a la Comunitat, "turisme per a tots"
Productors audiovisuals valencians	Impulsar el turisme cinematogràfic i propiciar accions que comporten afavorir espais de la Comunitat Valenciana com a plató de rodatge
Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana	Promoció Turisme CVCVCV
BENEFICIARIS	OBJECTE

Associació Unesco Valencia Mediterráneo	Promoure actuacions de promoció turística del producte Ruta de la Seda
Organisme autònom VISITELCHE	Potenciar la promoció turística a la ciutat d'Elx

8.3. MÀRQUETING EN LÍNIA

Les accions de màrqueting en línia es basen en tres eixos, fonamentalment:

* El portal turístic de la Comunitat Valenciana, www.comunitatvalenciana.com, és la interfície web multicanal i *responsive* dotada d'intel·ligència web que presenta els continguts turístics de la Comunitat Valenciana

* Estratègia de màrqueting en línia, abasta les accions de màrqueting de continguts de manera global, la gestió de les diferents xarxes socials que la componen, així com el disseny i l'execució d'accions de publicitat digital per a la destinació Comunitat Valenciana en mercats nacionals i internacionals, incloent-hi mercats remots com la Xina i Rússia.

* Xarxa de Webcams de la Comunitat Valenciana, que és la retransmissió a Internet de vídeo en temps real dels principals recursos i destinacions de la Comunitat Valenciana.

8.3.1. Portal turístic www.comunitatvalenciana.com

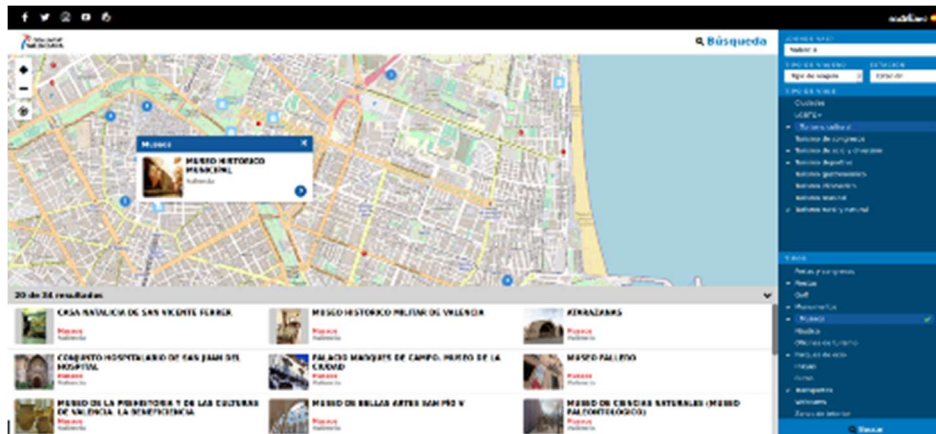
El 2020 va ser un any diferent en tots els aspectes, i pel que fa al portal turístic no seria menys. En primer lloc tenim l'impacte de la pandèmia, i en segon lloc tenim un canvi substancial, ja que, a partir de maig, el portal turístic www.comunitatvalenciana.com va presentar la seua nova versió amb tot el que això implica: nova imatge, nova tecnologia, nous continguts i seccions i nova estratègia.



El nou portal desenvolupa una sèrie de **noves funcionalitats** que el converteixen en molt més, es tracta del Sistema de Gestió Integral de la Destinació Comunitat Valenciana, eina omnicanal, que permet

l'accés als continguts des de qualsevol mena de dispositiu, i que està format pels següents elements.

Portal turístic. Interfície web multicanal i *responsive*, dotada d'intel·ligència web que presenta els continguts turístics de la Comunitat Valenciana, i que, d'una manera molt intuïtiva, permet al viatger localitzar recursos turístics de manera àgil, gràcies al cercador i al **Geoportal**, que permet veure sobre el mapa els resultats de les seues cerques.



Així mateix, l'eina ofereix contingut recomanat i personalitzat segons criteris de navegació o idioma, entre altres. Des d'aquest nou aparador turístic, el viatger té la possibilitat d'organitzar el seu viatge a través del **Travel Planner**.

A més, gràcies a la seua **Plataforma Professional**, el portal permet la gestió de la informació turística a tercers, com per exemple les Tourist Info, i en un futur als titulars de les empreses turístiques, la qual cosa la converteix en una potent eina d'informació i comunicació, mitjançant la qual es podran crear i actualitzar continguts dels diferents recursos turístics, per a assegurar la veracitat i el manteniment de les dades, cosa que fa que siga un canal d'informació en línia i promoció de la destinació turística.

Els recursos multimèdia, les imatges, els vídeos... són el recurs més important d'un portal turístic com aquest, i tots aquests recursos s'emmagatzemen en l'**Enciclopèdia de Continguts**, eina que permet l'emmagatzematge centralitzat i la distribució dels elements multimèdia al SGIDCV i a tercers.

I finalment, el portal turístic s'ha convertit en el **repositori centralitzat** de recursos turístics de la Comunitat Valenciana, gràcies a la sincronització amb altres bases de dades. El portal turístic ofereix els continguts del **mateix portal** i el **geoportal** ha integrat les bases de dades de l'antic **Winsitur**, i se sincronitza tant amb la base de dades d'**Experiències de la Comunitat Valenciana** com amb el **Registre oficial d'empreses**, cosa que el converteix en l'aparador del turisme de la Comunitat Valenciana.

Amb tot això, el portal turístic www.comunitatvalenciana.com va rebre en 2020 uns 2,4 milions

de visites de quasi 900.000 usuaris procedents principalment d'Espanya (70,34 %) i dels mercats emissors més consolidats per a la Comunitat Valenciana, com França (4,38 %), el Regne Unit (4,89 %), Alemanya (5,18 %), Bèlgica (2,12 %) i els Països Baixos (1,68 %); si bé cal destacar que les visites al portal des dels Estats Units (3,15 %) continuen un any més per davant de Bèlgica i els Països Baixos. Les visites van procedir de 209 països diferents.

Si tenim en compte la dada de les versions idiomàtiques del portal i els dos factors importants del 2020, observem que els usuaris es van repartir de la següent manera:

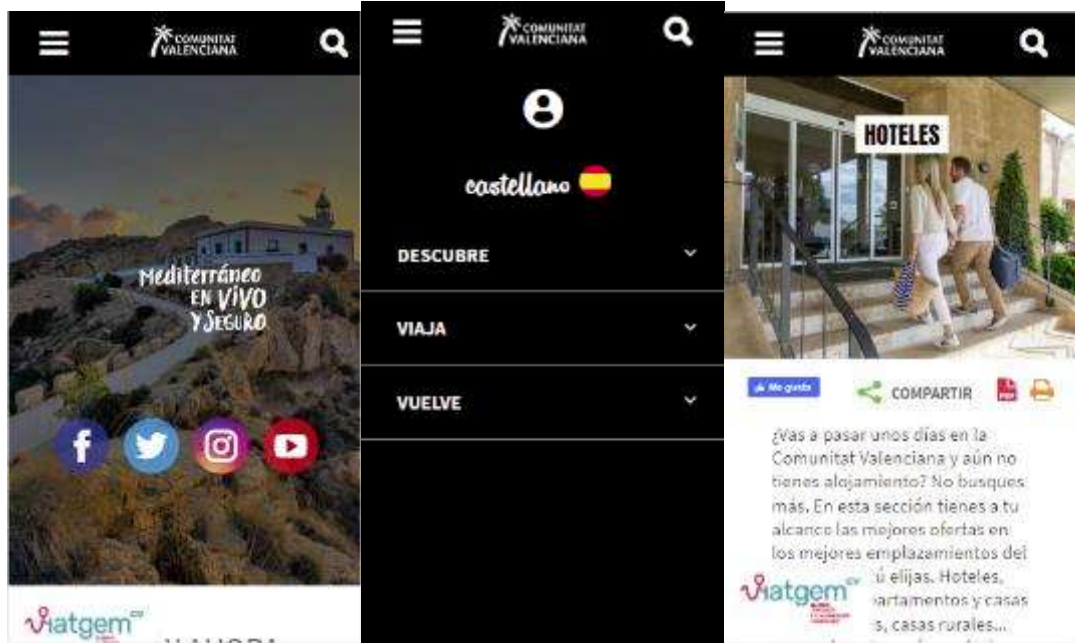
IDIOMA	PERCENTATGE 2020	PRE-COVID 1GEN- 13MAR	PANDÈMIA 14MAR- 31DES	ANTIC PORTAL 1GEN-26MAI	NOU PORTAL 27MAI-31DES
Espanyol	62,92 %	59,81 %	65,69 %	62,17 %	64,87 %
Valencià	1,39 %	1,2 %	1,45 %	1,23 %	2,65 %
Anglès	12,02 %	14,41 %	11,2 %	13,25 %	10,95 %
Francès	5,9 %	4,27 %	6,12 %	4,03 %	6,46 %
Alemany	6,11 %	6,53 %	6,01 %	6,45 %	5,9 %

S'aprecia un lleuger augment en les visites al portal, en espanyol, valencià i francès, i un descens en les corresponents als idiomes anglès i alemany, a causa del canvi de motivacions per la pandèmia.

Quant al mitjà d'accés al portal, durant el 2020 s'ha produït un canvi de tendència en l'ús dels dispositius mòbils, ja que n'ha augmentat l'ús notablement per davant de l'ordinador. Actualment el dispositiu mòbil és el mitjà més utilitzat per a accedir al portal en l'actualitat:

DISPOSITIU	PRE-COVID 1GEN-13MAR	PANDÈMIA 14MAR-31DES	ANTIC PORTAL 1GEN-26MAI	NOU PORTAL 27MAI-31DES
Ordinador	98,73 %	53,23 %	98,66 %	37,31 %
Mòbil	0,56 %	42,33 %	0,57 %	57,01 %
Tauleta tàctil	0,71 %	4,44 %	0,77 %	5,69 %

Els percentatges pre-COVID coincideixen pràcticament amb els del portal antic, per la qual cosa aquest canvi de tendència ha sigut produït pel nou portal, ja que, gràcies a la seua tecnologia *responsive*, s'adapta a tots els formats, independentment del dispositiu utilitzat.



Quasi un 39 % de les **pàgines visitades** en el portal van ser continguts relacionats amb la xarxa de webcams de la Comunitat Valenciana, amb un lleuger augment sobre l'any anterior, mentre que els continguts de tipus Agenda amb prou feines van arribar al 2 %, fidel reflex de la situació d'aquest any 2020, ja que pràcticament la totalitat de l'activitat d'esdeveniments va estar paralitzada.

Quant al butlletí turístic, el nombre total de subscriptors actius a final del 2020 va ser un poc més de 14.000, que es distribueixen per idiomes segons la següent taula:

IDIOMA	NRE. SUBSCRIPTORS A 31/12/2020	% SUBSCRIPTORS A 31/12/2020
Espanyol	11.108	78,03 %
Anglés	1.760	12,36 %
Francés	536	3,77 %
Alemanys	522	3,67 %
Valencià	310	2,18 %
TOTAL	14.236	100 %

8.3.3 Xarxa de Webcams

La Xarxa de Webcams de la Comunitat Valenciana, 76 càmeres distribuïdes al llarg de tota la Comunitat, va fregar el milió de visitants durant aquest any. Amb la finalitat de millorar la qualitat del servei i oferir una experiència de qualitat als usuaris, es van realitzar les següents actuacions:

- Es va adjudicar el concurs de manteniment, en el qual es va incloure la renovació completa de les càmeres, a raó de 19 equips per anualitat. Durant el 2020, i malgrat els inconvenients derivats de la pandèmia, es van instal·lar les primeres 19 càmeres, amb la qual cosa es va millorar en tecnologia i en la qualitat de la imatge, i es va implementar el sistema d'autoneteja programat perquè es realitze periòdicament, amb la possibilitat de forçar la neteja en cas necessari.

NOUS EQUIPS



APLICACIÓ DEL SISTEMA D'AUTONETEJA

ALBORAYA - PORT SAPLAYA



Abans

ALBORAYA - PORT SAPLAYA



Després

- Es van tramitar 28 peticions a través de Telefónica, amb la finalitat de millorar les

connexions dels equips per a aconseguir connexions ràpides i estables que permeten la reproducció en *streaming*.

- Es va finalitzar el 2020 amb 3 webcams (Sant Mateu, Borriana i Cocentaina), publicades en el portal, en manera pilot, en versió *streaming*, amb una millor qualitat de la imatge i, per descomptat, a vídeo real. A més, i com a novetat, es va implementar el vídeo *timelapse*, que reproduïx les 24 hores del dia anterior en només un minut i mig. Estem en disposició de publicar més càmeres en *streaming*, per la qual cosa, en els pròxims mesos, el nombre de càmeres en aquest format s'incrementarà considerablement, i s'arribarà al 100 % de la xarxa a la finalització del contracte actual de manteniment.

8.3.4. Estratègia de màrqueting en línia per a la Comunitat Valenciana

Maig de 2020 va marcar l'inici de la 2a Estratègia de màrqueting en línia per a la Comunitat Valenciana de 24 mesos de duració, és a dir, fins al 28 de maig de 2022. Durant els mesos anteriors a la signatura del contracte, l'Estratègia de màrqueting en línia va treballar en la difusió de continguts en xarxes socials i en totes les tasques precises prèvies al llançament del nou portal turístic, que es va publicar el 27 de maig.



Estratègia en xarxes socials de gener a maig. Accions i augment del nombre de seguidors en xarxes socials: Atesa la irrupció de la crisi sanitària de la COVID-19, es van llançar diferents dinàmiques en xarxes socials pensades per a mantindre l'interés per la nostra destinació a l'expectativa de veure l'evolució del mercat.



Publicat el 31 de març de 2020

L'activitat en xarxes es va estructurar en tres fases sota l'eix creatiu de **#SomiaElMediterraniEnViu** amb la finalitat de seguir en la ment dels turistes, especialment en el mercat nacional.

Amb aquest *hashtag* es van publicar en xarxes els següents continguts:

- Vídeo emocional en Youtube: <https://youtu.be/Wl6sPysHbe4>
Ha arribat a les 4.038 reproduccions i als 138 "m'agrada"
- Vídeo emocional en Twitter:
https://twitter.com/c_valenciana/status/1252327897999839238
Amb un abast de 16.000 impressions i 441 interaccions
- Vídeo emocional en Instagram TV: https://www.instagram.com/tv/B_NxOu5lzx-/
Amb 6104 reproduccions, 1078 *likes* i 48 comentaris
- Vídeo emocional en Facebook:
<https://www.facebook.com/comunitatvalenciana/videos/232837194591979>
Amb 25000 reproduccions, 601 *likes* i 35 comentaris
Ha arribat a quasi 100.000 persones. 6.000 interaccions i 653 vegades compartit
- També en anglés, per als mercats internacionals:
<https://www.youtube.com/watch?v=k1CLaDyNpBM>
228 reproduccions i 14 *likes*

Aquest vídeo es va traduir també a portugués, francès, alemany i italià.

Dins de la campanya **#SomiaElMediterraniEnViu**, es van penjar en totes les xarxes socials píndoles de vídeo de productes turístics com cicloturisme, busseig, *birdwatching*, muntanya, ciutats, platges, pobles, cultura, etc.



Publicat el 9 de maig de 2020

Vuelve a pedalear: <https://youtu.be/Qw9ezUnurXQ>

Vuelve a bucear: <https://youtu.be/CWQpLGjxEs>

Vuelve a observar aves (birdwatching): <https://youtu.be/eMyk6AHMKe4>

Vuelve a mojarte: <https://youtu.be/oXZ4fpCa0Es>

Vuelve a ir a la montaña: <https://youtu.be/unuc06SpZEo>

Vuelve a vivir la ciudad: <https://youtu.be/IT9mZfOudFM>

Vuelve a sentir la brisa (playas): <https://youtu.be/Wkxf87vpUaQ>

Vuelve al pueblo: <https://youtu.be/xNlx4z5yWlk>

Han aconseguir un abast total de:

Facebook: 20.600 usuaris impactats

Twitter: 3.207 usuaris impactats

Instagram: 55.000 usuaris impactats

En una primera fase de la crisi sanitària mundial, Turisme Comunitat Valenciana va convidar els seguidors a compartir les millors vistes de la Comunitat Valenciana des dels seus balcons amb el hashtag #DesdeMiBalcón.



Publicat el 20 d'abril de 2020

En la **segona fase**, va llançar una bateria de microvídeos de tots els productes turístics prioritaris: Platges, cultura, gastronomia, *birdwatching*... amb el *hashtag* **#VuelveASoñar**

I, per últim, es va preparar la temporada d'estiu amb els microvídeos de destinació **#AquíTeEspero** i una dinàmica de joc amb els usuaris en què se'ls desafiava a descobrir destinacions de cinema a la Comunitat Valenciana amb el *hashtag* **#DestinosDeCine**.



Publicat el 17 d'abril

Des del **perfil principal** en FB, es va donar difusió a totes les iniciatives dutes a terme per la **Xarxa Tourist Info** (*visites virtuals 360º, jocs, reptes, galeries, dinàmiques, tràilers...*)

VISIT ALTEA^{[1][1][1]}_[SEP]

Vídeo amb impressionants **vistes aèries** d'Altea:

<https://www.facebook.com/visitaltea/posts/2875894785836801>

VISIT BENIDORM^{[1][1][1]}_[SEP]

Vídeo amb **vistes de**

Benidorm:^{[1][1][1]}_[SEP] <https://www.facebook.com/visitbenidorm/posts/3459877850705707>

Espectacular vídeo del **so del mar Mediterrani** des de Benidorm:

<https://www.facebook.com/visitbenidorm/videos/511990529684799/> ^{[1][1][1]}_[SEP]

Tour virtual del **Parc Natural de la Serra Gelada**:

<https://www.facebook.com/visitbenidorm/videos/622344291943247/> ^{[1][1]}_[SEP]

ORIHUELA TURÍSTICA

Puzle del Museu d'Art Sacre d'Orihuela:

<https://www.facebook.com/oturistica/posts/1599542103548354> ^{[1][1][1]}_[SEP]

VISIT ELX^{[1][1]}_[SEP] Vídeo de la **pluja sobre el Gran Palmerar d'Elx**:

<https://www.facebook.com/visitelche/videos/2560157827566633/> ^{[1][1]}_[SEP]

TOURIST INFO ALACANT

Vídeo del **Mediterrani hui dia**:

<https://www.facebook.com/touristinfoalicante/videos/3173981872742866/>

Amb aquestes accions es va aconseguir arribar a **un creixement del nombre de seguidors** en les diferents xarxes socials, que es detalla a continuació:

FB: 4.372 nous seguidors.

TW: 1.201 nous seguidors.

IG: 6.026 nous seguidors.

Una vegada adjudicat el contracte de l'Estratègia de màrqueting en línia, les tasques es van ampliar. En concret l'estratègia va abastar les següents cinc subestratègies: Estratègia de màrqueting de continguts; Estratègia en xarxes socials i amb *influencers*; Estratègia d'*e-mail marketing* i base de dades; Estratègia de SEM i publicitat en línia, i Estratègia o Pla de mesurament, comunicació i esdeveniments.

A. ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING DE CONTINGUTS
Administració i dinamització de l'aparador turístic
Videoblog turístic de la CV
Agenda d'esdeveniments turístics i festes de la CV
B. ESTRATÈGIA DE XARXES SOCIALS I INFLUENCERS
Estratègia xarxes socials
Estratègia amb <i>influencers</i>
Estratègia Mobile Marketing
C. ESTRATÈGIA EMAIL MARKETING I BD
D. ESTRATÈGIA SEM I PUBLICITAT
Publicitat en operadors turístics i agències en línia
Xarxes socials viatgeres i metacercadors
Estratègia SEM i publicitat
E. PLA DE MESURAMENT, COMUNICACIONS I ESDEVENIMENTS

A. Estratègia de màrqueting de continguts:

Administració i dinamització de l'aparador turístic (<http://comunitatvalenciana.com>):

Els continguts oferits en Internet han de ser originals, estar adaptats al mitjà i oferir una imatge positiva, evocadora, inspiradora i actual de la Comunitat Valenciana. Per això s'ha treballat en aquesta tasca i s'ha aconseguit generar durant l'exercici 2020 els següents continguts en els 5 idiomes del portal (ES, VAL, EN, FR i DE):

Continguts editorials:

TIPUS DE CONTINGUT	CONTINGUTS	URL GENERATS
Pàgines de destinació	36	180
Notícies sobre esdeveniments	48	240
Propostes de viatge	84	420
Nous continguts	35	175
TOTAL	203	1.015

Continguts audiovisuals:

TIPUS DE CONTINGUT	CONTINGUTS
Microvídeos	196
Imatges <i>Shooting</i>	2.414
Imatges per a continguts	516
Imatges esdeveniments Agenda	720
TOTAL	3.846

Fitxes de producte:

TIPUS DE CONTINGUT	CONTINGUTS	URL GENERATS
Fitxes de producte (monuments, museus, parcs naturals, espais naturals...)	72	360



Secció webcams i de platges. Fitxes d'empreses turístiques, agenda i festes:

Optimització SEU dels textos de les pàgines específiques de webcams i platges. En concret, es van treballar els textos de la *home* de platges per província i de platges per localitat.

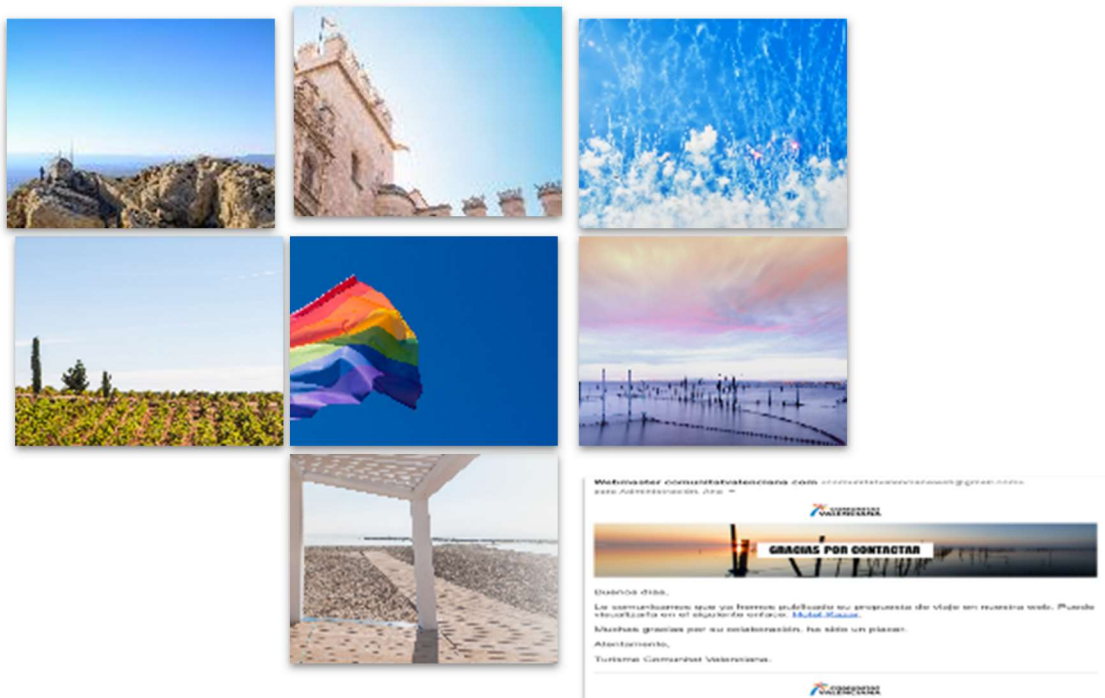
A més, es va fer una revisió de totes les pàgines de platja específiques i es van actualitzar les banderes blaves de 2020, així com les imatges de 85 empreses turístiques amb les quals es va contactar per a l'elaboració de les propostes de viatge del portal.

TIPUS DE CONTINGUT	PÀGINES OPTIMITZADES	URL ACTUALITZATS
Webcams	30	150
Platges- Província	3	15
Platges- Localitat	52	260
Agenda	540	2.700
Festes	12	60

Videoblog:

El videoblog de la Comunitat disposa de la seua pròpia estratègia tant en el mercat nacional com en l'internacional. Ja no sols s'ofereixen continguts esportius, sinó també continguts relacionats amb un ventall més ampli de categories definides en l'estratègia: Activitats i plans, art i cultura, festes i esdeveniments, gastronomia, LGBTI+, naturalesa i sostenibilitat i turisme accessible i inclusiu

Durant 2020 es va treballar en l'elaboració de l'estratègia de continguts per al VideoBlog, havent-se acabat les tasques de *naming*, la definició de les categories dels continguts (activitats i plans, art i cultura, festes i esdeveniments, gastronomia, LGBTI+, naturalesa i sostenibilitat i turisme accessible i inclusiu), l'estratègia de publicació, la direcció d'art, la tipologia de continguts, l'estratègia de SEU i la d'optimització dels vídeos per a YouTube; així com el desenvolupament de l'arquitectura necessària en el portal turístic per a allotjar aquest videoblog que, amb el temps, oferirà continguts *ad hoc* creats tant per al mercat nacional com per als internacionals (en anglés, alemany i francès).



Així mateix, va finalitzar l'edició de 41 vídeos i es va definir el contingut del vídeo llançament del videoblog de la Comunitat Valenciana.

B. Estratègia de xarxes socials i influencers

L'estratègia en línia per a Turisme Comunitat Valenciana té com a element central el disseny i desenvolupament d'un complet pla de màrqueting en xarxes socials (SMM) que desenvolupa i planifica la presència de la Comunitat Valenciana i la seua oferta turística en les principals xarxes socials, al mateix temps que fomenta la participació de l'usuari i la seua fidelització (*engagement*) a la marca turística de la Comunitat.

És important que els continguts nacionals i també els internacionals estiguen planificats segons els gustos i necessitats dels mercats emissors cap a la Comunitat Valenciana.

El desembre de 2020, el nombre de seguidors de la Comunitat Valenciana per xarxa va ser el següent:

	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	YOUTUBE
Seguidors	265.116	112.748	94.675	3.437

Sent el nombre de publicacions al mes en cadascuna d'aquestes el següent:

- Facebook: 52 Facebook Internacional: 24
- Twitter: 93 Twitter Internacional: 20
- Instagram Post: 20 Instagram Stories: 20
- Youtube: 2



Exemple d'un 'content calendar'

Accions destacables en xarxes socials:

Guies de destinació d'Alacant i València en IG



Sortejos:

En 2020 es van celebrar 3 sortejos pensats per a augmentar el nombre de seguidors:

- **Entrades a Bioparc:** Es van sortejar dues entrades entre tots els participants que van comentar la publicació.
- **Caixa de taronges:** Sorteig en col·laboració amb l'IGP Cítrics València. Es van regalar 10 caixes de taronges entre tots els participants.
- **Productes nadalencs:** Sorteig en col·laboració amb la DO Utiel-Requena i la DO Xixona. Es van sortejar 3 caixes de productes valencians nadalencs que incloïen 3 botelles de vi i 4 pastilles de torró.

Acció World Paella Day:

Es va realitzar difusió de l'esdeveniment World Paella Day organitzat per Visit València en el mes de setembre.

València Cuina Oberta:

Es va realitzar difusió de l'acció celebrada a València en el mes de juliol.

Calendari d'Advent:

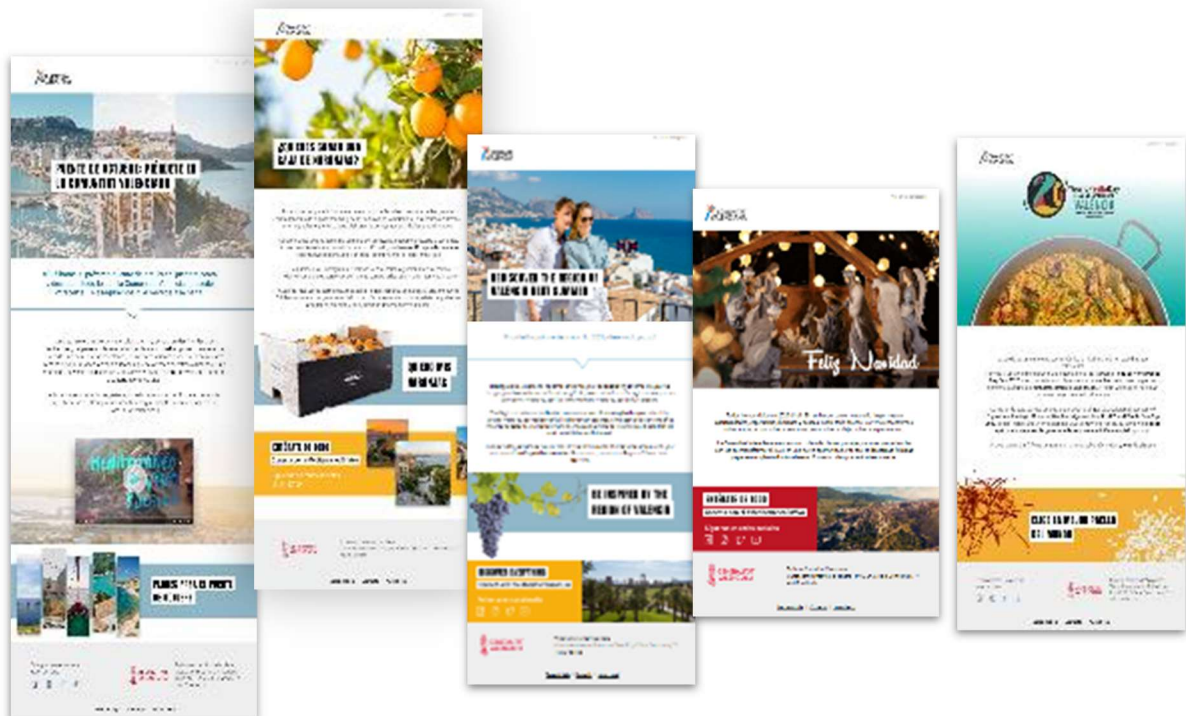
De l'1 al 24 de desembre, es va publicar un calendari d'Advent en Instagram Stories amb motiu del Nadal. Aquest calendari incloïa curiositats del Nadal valencià, receptes de productes gastronòmics nadalencs i jocs per a animar l'audiència a participar-hi.

C. E-mail Marketing

L'estratègia d'enviament de butlletins als subscriptors es va modificar en 2020, i va passar a ser una estratègia en què es fan 4 tipus diferents d'enviament:

1. Butlletí **inspiracional nacional** enviat 1 vegada al mes
2. Butlletí **inspiracional internacional** enviat 6 vegades a l'any
3. Butlletí **informatiu nacional**, enviat 1 vegada al mes.
4. Butlletí **especial** o de campanya: enviat 1 vegada al mes.

Durant 2020 la segmentació que es va treballar és la de l'IDIOMA de subscripció al butlletí en castellà, valencià, anglés, francès i alemany.



Els temes sobre els quals es va escriure en els butlletins van estar inspirats, entre altres, en els següents *copies*:

Todo pasa, todo llega, ya estamos aquí de vuelta.
Visita la Comunitat Valenciana y conecta con el Mediterráneo en Vivo
Vuelve a disfrutar de la Comunitat Valenciana, ¡te esperamos!
Vive un septiembre diferente y seguro en la Comunitat Valenciana
¿Cuál será la mejor paella del mundo?
¡No te pierdas ningún plan en la Comunitat Valenciana!
Vive el puente de octubre que mere
En octubre elige disfrutar. Elige Comunitat Valenciana
Los mejores planes para otoño
Apostamos por nuestros territorios, tenemos mucho que ofrecerte
Vive un noviembre diferente en la Comunitat Valenciana
Encuentra los mejores planes en la Comunitat Valenciana
¿Quieres ganar una caja de naranjas?
Este diciembre queremos inspirarte
Diciembre es el mes de regalar momentos y experiencias
Compartimos las ganas de volver a vernos en la Comunitat Valenciana
Choose the Region of Valencia this Boxing Day

D. SEM I PUBLICITAT DIGITAL

Les campanyes en Social Ads i Google Ads van començar a desenvolupar-se en juliol de 2020, mentre que les campanyes en OTA, metacercadors i xarxes socials viatgeres ho van fer en octubre de 2020.

Els resultats mesurats en impressions obtingudes en cadascun dels canals esmentats en el període comprés entre juliol i desembre 2020 van ser:

	IMPRESSIONS OBTINGUDES
OTA (6)	15.650.993
Metacercadors (2) i xarxes socials viatgeres (2)	3.082.983
Social Ads + Google Ads	20.463.306

OTA, online travel agencies: atrapalo.com, Destinia, e-Dreams, logitravel, Expedia, lastminute.com/rumbo

Metacercadors: Skyscanner i Tripadvisor

Xarxes socials viatgeres: Passporter i minube.com

Amb l'objectiu comú a totes les OTA de generar visibilitat de la marca Comunitat Valenciana per a aconseguir un augment de les reserves, i dirigint-se només al mercat nacional o també a l'internacional, les accions realitzades per les 6 OTA seleccionades per a l'Estratègia de màrqueting en línia del 2020 van ser les següents:



Mercats objectiu	Espanya.
Accions realitzades	- Campanya pont d'octubre - Enviament de <i>newsletter</i>. - Campanya de <i>branding</i> - Optimització de <i>microsite</i>
Canals	Web + App + Xarxes Socials + Correu Electrònic

DESTINIA

Mercats objectiu	Espanya, Regne Unit, França i Alemanya.
Accions realitzades	- Campanya pont d'octubre (nacional) - Campanya de <i>branding</i> (nacional i internacional) - Campanya <i>Boxing Day</i> per al Regne Unit. - Optimització de <i>microsite</i>
Canals	Web + App



Mercats objectiu	Espanya, Regne Unit, França i Alemanya.
Accions realitzades	- Campanya pont d'octubre (nacional) - Campanya de <i>branding</i> (nacional i internacional) - Post promocionat en xarxes socials. - Campanya <i>Boxing Day</i> per al Regne Unit. - Optimització de <i>microsite</i>
Canals	Web + App + Xarxes Socials



Mercat	Espanya.
Accions realitzades	- Campanya pont d'octubre - Campanya de <i>branding</i> - Post promocionat en xarxes socials. - Optimització de <i>microsite</i>
Canals	Web + App + Xarxes Socials



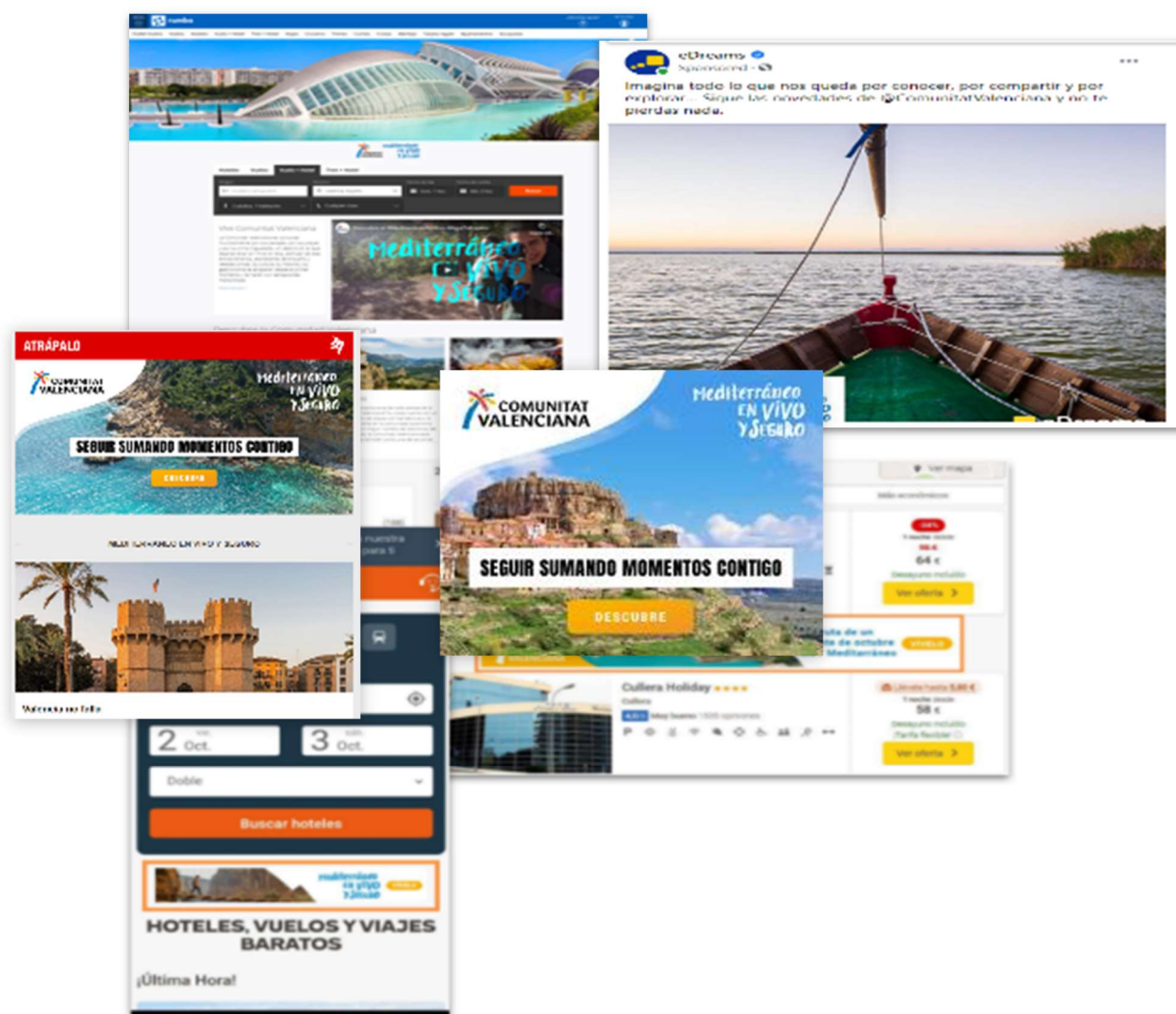
Mercats objectiu	Espanya, Regne Unit, França i Alemanya.
Accions realitzades	- Campanya pont d'octubre - Campanya de <i>branding</i> - Optimització de <i>microsite</i>
Canals	Web + App

lastminute.com



rumbo

Mercats objectiu	Espanya, Regne Unit, França i Alemanya.
Accions realitzades	- Campanya pont d'octubre (nacional) - Enviament de <i>newsletter</i>. - Posts promocionats en xarxes socials. - Campanya <i>Boxing Day</i> per al Regne Unit. - Optimització de <i>microsite</i>
Canals	Web + App + Xarxes Socials + Correu Electrònic



Metacercadors

Tenint com a objectiu principal la generació de visibilitat de la marca Comunitat Valenciana per a augmentar les reserves, i dirigint-se als mercats nacional i/o internacional, es van dur a terme les següents accions en els canals que es poden veure a continuació:



Mercats objectiu	Espanya, Regne Unit, França i Alemanya.
Accions realitzades	Campanya <i>branding</i> .
Canals	Web + App



Mercats objectiu	Espanya, Regne Unit, França i Alemanya.
Accions realitzades	- Campanya pont d'octubre (nacional) - Campanya <i>branding</i> (nacional) - Campanya <i>Boxing Day</i> Regne Unit.
Canals	Web + App

Xarxes socials viatgeres:



Mercats objectiu	Espanya.
Accions realitzades	- Campanya pont d'octubre - Esments del compte d'Instagram de la Comunitat Valenciana per <i>influencers</i> locals. - Campanya sorteig en Instagram d'una càmera fotogràfica.
Canals	Web + App + Xarxes Socials



Mercats objectiu	Espanya i Regne Unit.
Accions realitzades	- Campanya pont d'octubre - Publicació de post en el blog del web. - Campanya <i>branding</i> (nacional)
Canals	Web + App

SEM

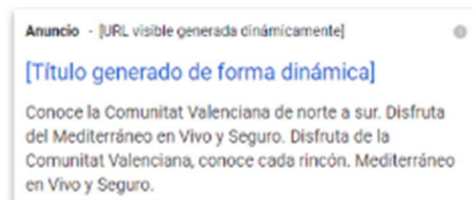
Quant a les **campanyes d'Ads**, tant en Facebook com en Twitter, Instagram i YouTube van tindre abast nacional durant les primeres setmanes amb uns objectius, i també internacional (el Regne Unit) durant el mes de desembre de 2020 aprofitant la celebració del *Boxing Day*, 26 de desembre.

	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE
FACEBOOK ADS	Nacional: Campanya d'augment seguidors. de	Nacional Campanya d'augment seguidors. de	Nacional Campanya d'augment de seguidors. Internacional: Campanya <i>Boxing Day</i> .
INSTAGRAM ADS	Nacional: Campanya d'augment seguidors + Promoció concurs. de	Nacional: Campanya d'augment seguidors + Promoció concurs. de	Nacional: Campanya d'augment de seguidors + Promoció de concurs. Internacional: Campanya <i>Boxing Day</i> .
TWITTER ADS	Nacional: Campanya d'augment seguidors. de	Nacional: Campanya d'augment seguidors. de	Nacional: Campanya d'augment de seguidors. Internacional: Campanya <i>Boxing Day</i> .
YOUTUBE ADS		Nacional: Campanya d'augment seguidors. de	Nacional: Campanya d'augment de seguidors.



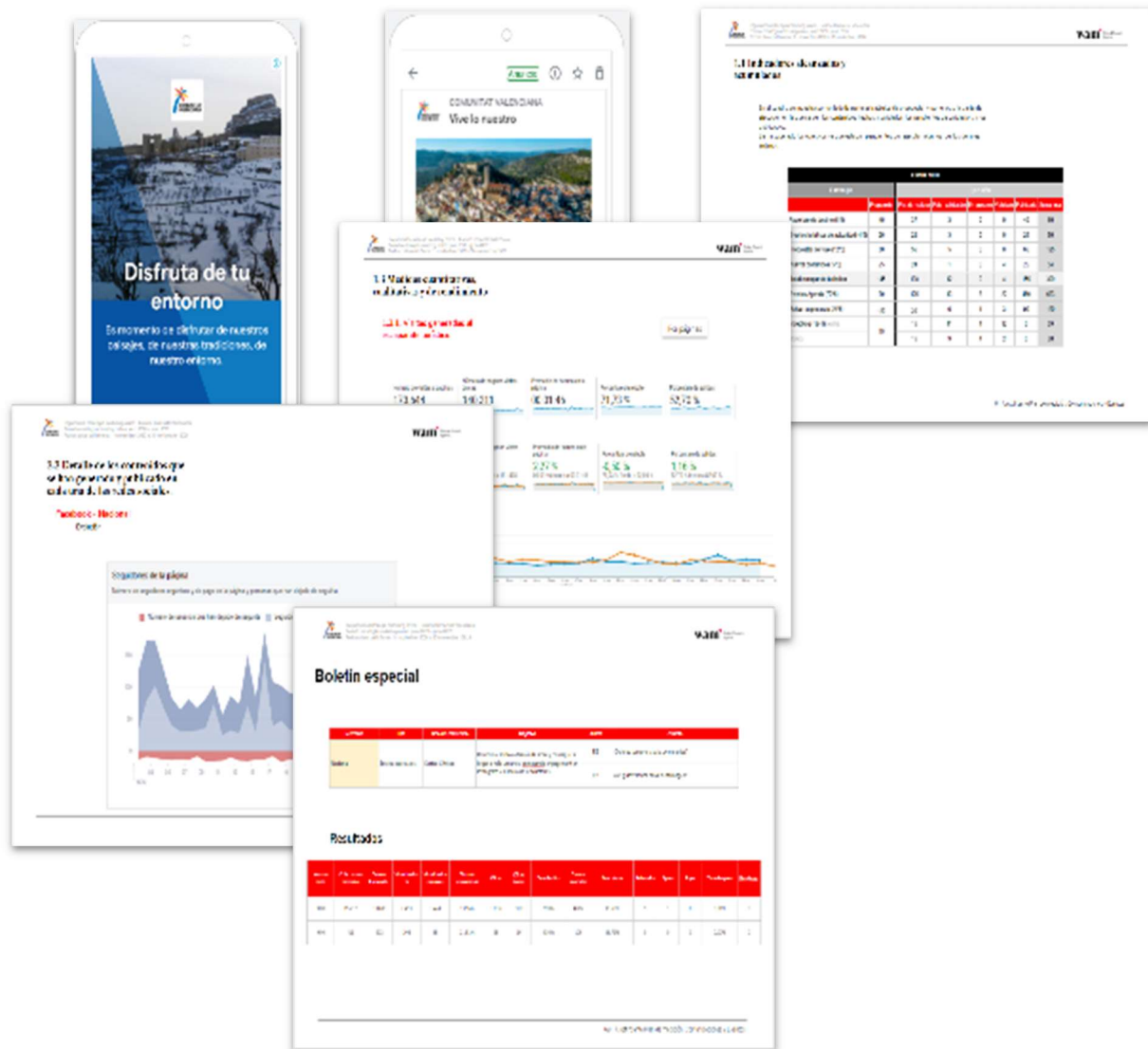
Les campanyes mensuals de Display i Search en Google Ads dutes a terme amb diversos formats van tindre com a objectius principals **donar visibilitat a la marca Comunitat Valenciana i generar trànsit al portal**, sent els mercats als quals estaven dirigides tant el nacional com l'internacional, entenent-se per això el Regne Unit, França i Alemanya.

Campanya Search



D. Pla de mesurament, comunicació i esdeveniments

Els resultats de l'Estratègia es van mesurar mensualment amb el **Pla de mesurament** i es va fer un seguiment de l'evolució de cadascuna de les 4 subestratègies.



Aquest pla es va acompanyar cada dos mesos d'un **pla d'escolta activa** pel qual es van monitorar les paraules clau triades, i també per un **pla de comunicació i difusió ad hoc** per al projecte.

Es considera que algunes CAMPANYES dutes a terme en 2020 són especials perquè s'hi han invertit recursos i mitjans de totes les subestratègies del projecte:

CAMPANYA del pont d'octubre, sent les dades més destacades:

- En el portal turístic es van obtenir un total de **344 sessions** en la pàgina de destinació en espanyol i valencià.
- En xarxes socials, es van obtenir **122.415 impressions en Facebook**, **60.332 impressions en Twitter** i **89.225 impressions en Instagram**.
- L'enviament del correu electrònic es va realitzar al mercat nacional i local i va obtenir una visualització de **2.992 obertures**.
- La campanya realitzada en els canals de Social Ads va obtenir més de **176.000 impressions** i **1560 interaccions**.
- Les campanyes realitzades amb les OTA, xarxes socials viatgeres i metacercadors van

aconseguir més de 5,7 milions d'impressions i 15 mil clics.

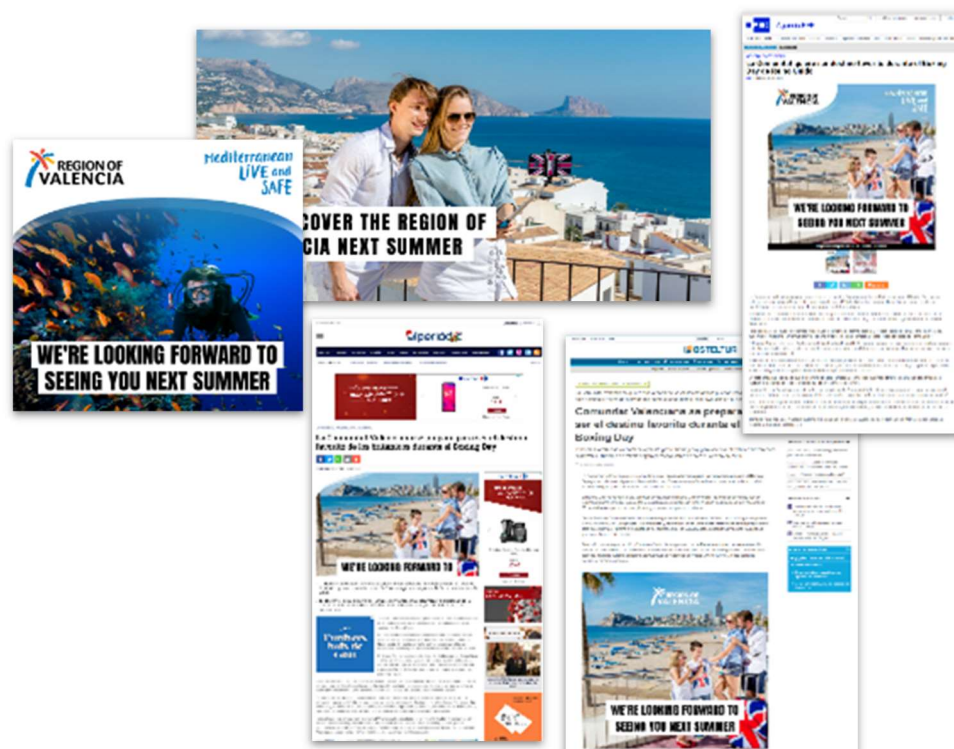
CAMPANYA del Bo Viatge per al mercat autonòmic amb accions en el portal turístic, xarxes socials, el butlletí, SEM amb Social Ads, OTA, metacercadors i xarxes socials viatgeres i difusió en mitjans amb els següents resultats:

- 3 publicacions en xarxes que van obtenir **34.855 impressions** i **852 interaccions** en Facebook.
- Enviament d'un butlletí que va ser visualitzat per **2.992 usuaris**.

CAMPANYA del *Boxing Day*

L'objectiu de la campanya era **potenciar el turisme britànic**, promocionar la destinació i incitar a la compra del viatge per a estiu amb motiu del *Boxing Day*, jornada festiva al Regne Unit i Irlanda en la qual molts comerços estan oberts i durant la qual, en els últims anys, s'eleva la despesa en compres. Es van realitzar accions en xarxes socials, *e-mail marketing*, SEM en Social Ads, OTA, metacercadors i xarxes socials viatgeres i difusió en mitjans amb els següents resultats:

- Quasi **2.341 impressions** en xarxes socials i un total de **127 interaccions**
- L'abast en Facebook Ads de **+155.000 usuaris** i **245.232 impressions**
- Quasi **mig milió** d'impressions reals en el conjunt d'accions amb les OTA



8.3.5. Estratègia de màrqueting en línia per als mercats llunyans: Xina i Rússia

Mercat rus: Els elements bàsics d'aquest projecte són el desenvolupament d'una pàgina web localitzada i la dinamització de les xarxes socials pròpies del mercat rus amb publicitat en diferents.

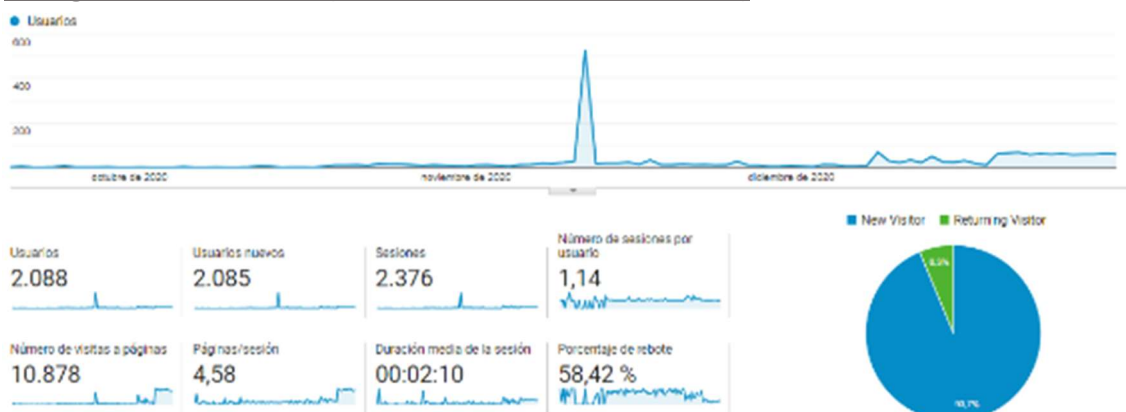
Per això, en 2020 s'han realitzat les següents accions:

- Posada en marxa i publicació del web en rus <https://ru.comunitatvalenciana.com/> (havent-se contractat un servidor *onsite* per a això) el 20 de setembre de 2020.



L'anàlisi web dels primers mesos aporta les següents dades:

Visió general de les visites (20 setembre – 31 desembre 2021)



- Visites d'usuaris: 2.088
- Nre. de sessions per usuari: 2,37
- Nre. visites a pàgines: 10.878
- Pàgines/sessió: 4,58
- Duració mitjana de la sessió: 0:02
- Percentatge de rebot: 58,42 %

Fonts de trànsit:

Les fonts de trànsit o canals d'on van arribar les visites al web en RU van ser:

1. Social (provinent de xarxes), 782 sessions, 32,91 %
2. Directe (ingressant l'URL del portal en RU), 652 sessions, 27,44 %
3. De referència (trànsit des d'enllaços externs al portal), 548 sessions, 23,06 %
4. Orgànic (utilitzant un cercador), 394 sessions, 16,58 %

Default Channel Grouping	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
	Usuarios ¹ ↓	Usuarios nuevos ¹	Sesiones ¹	Porcentaje de rebote ¹	Páginas/sesión ¹	Duración media de la sesión ¹	Tasa de conversión del objetivo ¹	Objetivos cumplidos ¹	Valor del objetivo ¹
	2.088 % del total: 100,00 % (2.088)	2.085 % del total: 100,00 % (2.085)	2.376 % del total: 100,00 % (2.376)	58,42 % Media de la vista: 58,42 % (0,00 %)	4,58 Media de la vista: 4,58 (0,00 %)	00:02:10 Media de la vista: 00:02:10 (0,00 %)	0,00 % Media de la vista: 0,00 % (0,00 %)	0 % del total: 0,00 % (0)	0,00 US\$ % del total: 0,00 % (0,00 US\$)
1. Social	708 (32,91 %)	702 (33,67 %)	782 (32,91 %)	84,65 %	1,37	00:00:46	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. Direct	562 (26,15 %)	561 (26,91 %)	652 (27,44 %)	71,47 %	2,13	00:01:38	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. Referral	493 (22,94 %)	440 (21,10 %)	548 (23,06 %)	27,37 %	8,89	00:03:59	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. Organic Search	386 (17,96 %)	382 (18,32 %)	394 (16,58 %)	27,92 %	9,01	00:03:18	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Idiomes/països i ciutats de procedència de les visites al portal:

Rússia, amb 1.545 usuaris, és a dir, quasi el 74 % del total d'usuaris que van visitar el portal en rus, va ser el principal país d'origen dels usuaris, seguit de molt lluny per Espanya amb 192 usuaris, el 9,18 % del total.

Moscú, amb quasi el 32 % del total, va ser la ciutat de residència d'aquests usuaris. L'idioma en què es va visitar el web en quasi el 68 % dels casos va ser rus, mentre que el segon idioma, amb el 30 % dels usuaris, va ser l'espanyol.

Els principals termes de cerca en ciríl·lic (tots excepte dos que es busquen en lletres llatines) traduïts a lletres llatines per a aquest informe van ser:

Costa Blanca, Costa Blanca (en lletres llatines), on està Costa Blanca, Espanya Costa Blanca Benidorm, les millors platges de Costa Blanca, Costa Blanca litoral, Calp turisme amb xiquets, les millors platges d'Alacant, Ciutats de Costa Blanca, Temps en Costa Blanca, Comunitat Valenciana (en lletres llatines), Alacant, València, Alacant ciutat, València ciutat, Castelló ciutat, Castelló i Regió València.

Les tasques realitzades en el portal pel que fa a continguts durant el període de referència van ser les següents:

- Inserció en el web de 27 entrades, configuració de 14 rúbriques o categories, aprovació de 95 comentaris i resposta a 10 d'aquests.

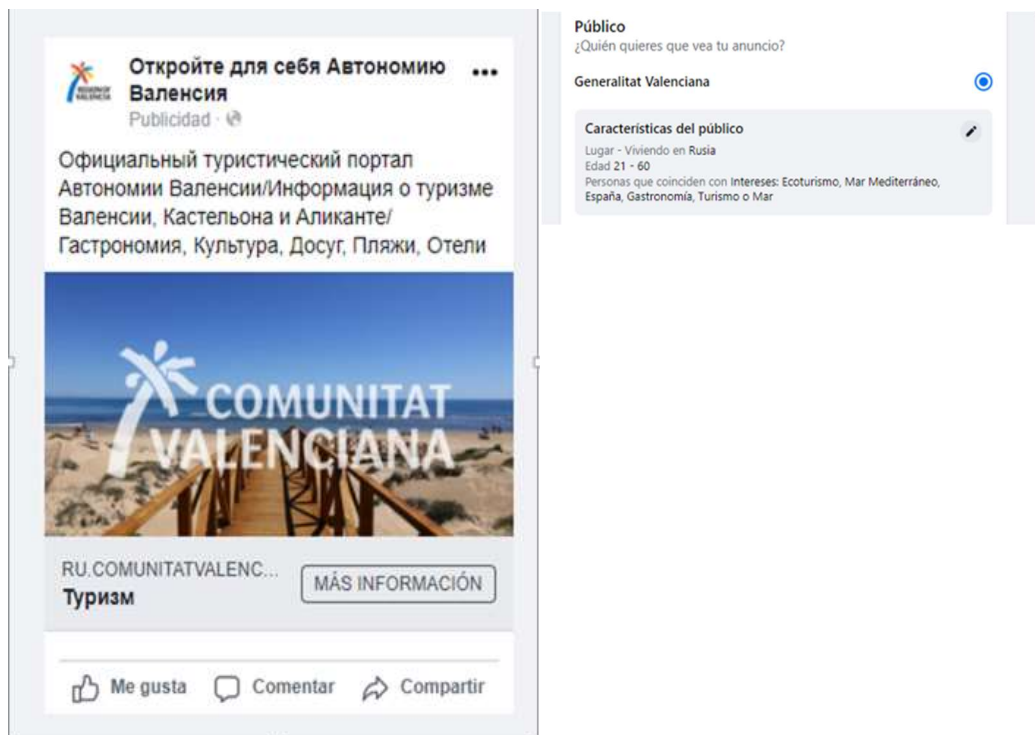
Entrada: "Les millors platges de Castelló",
<https://ru.comunitatvalenciana.com/luchshie-pljazhi-regiona-kastelon/>

Rúbrica sobre gastronomia:
<https://ru.comunitatvalenciana.com/gastronomija/>

- Setmanalment s'envia de manera automàtica un butlletí de notícies amb els últims articles del web a tots els subscriptors, grup format pels subscrits al portal turístic en rus i a la revista digital *Impuls Plus*, és a dir, una mica més de 50.000 adreces de correu electrònic.
- Mensualment es va treballar el posicionament SEO dels continguts, l'optimització dels articles i les paraules clau de cerca. Així mateix, es va realitzar l'anàlisi web per a obtenir les dades referides al nombre general de visites mensuals, les fonts de trànsit, els idiomes i les pàgines més visitades. **Amb la mateixa cadència es va dur a terme el seguiment d'alertes amb la finalitat de moderar les publicacions o comentaris amb referència al turisme de la Comunitat Valenciana.**

Xarxes socials per al mercat rus:

- Creació, configuració dels perfils en xarxes socials: Facebook, Twitte Posada en marxa i publicació del web en rus <https://ru.comunitatvalenciana.com/> (havent-se contractat un servidor *onsite* per a aquesta finalitat) el 20 de setembre de 2020.r, Instagram, Youtube, OK i VK, en què s'han publicat posts diàriament i s'han realitzat campanyes mensuals per a augmentar el nombre de seguidors.



Facebook, amb 3.000 seguidors



Cal destacar que es va fer 1 vídeo mensual curt per a xarxes. Així mateix, ses van compartir 4 vídeos oferits en exclusiva per National Geographic Rússia:

- o El pantà d'Elx: https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/pantano-de-elche/813557186079638/?so=permalink&rv=related_videos
- o Salines de Santa Pola: https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/1702984919874556/?so=channel_tab&rv=all_videos_card
- o El Palmerar d'Elx: https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/parque-palmeral-alicante/1103163226809247/?so=permalink&rv=related_videos
- o El Castell de Guadalest: <https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/guadalest-castle/347468759885125/>

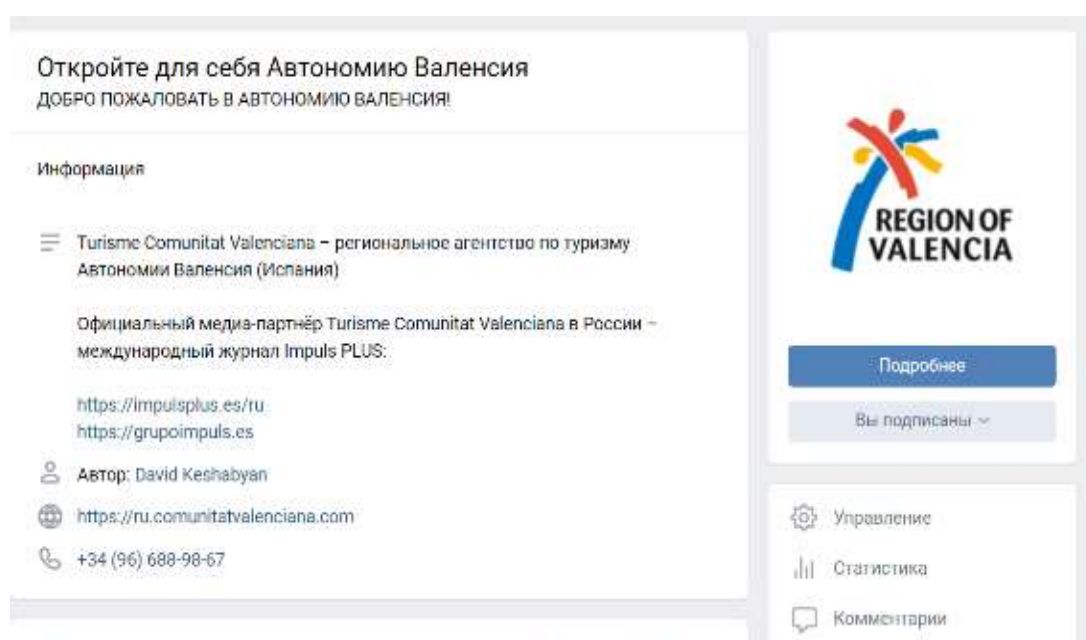
Instagram amb 300 seguidors



Twitter

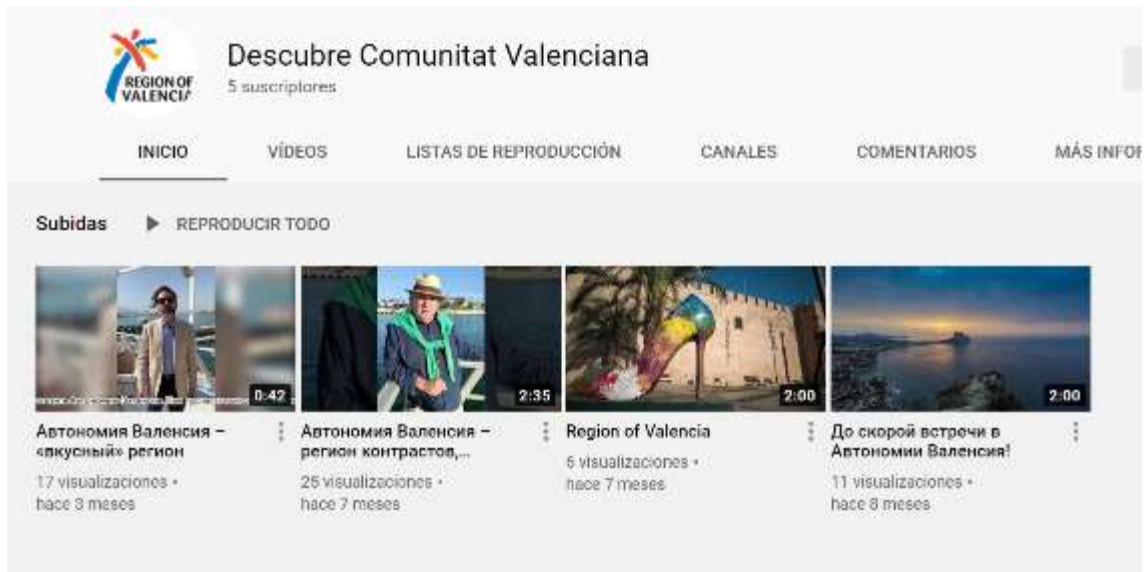


VK (VKontakte) amb 5.000 seguidors



YouTube

El canal té de moment 4 vídeos pujats



Amb l'objectiu de difondre i comunicar la posada a punt i les campanyes puntuals de l'Estratègia de màrqueting en línia en aquest mercat, entre el 20 de maig i el 31 de desembre de 2020 es van difondre 6 notes de premsa acompanyades d'imatges evocadores de la destinació.

Mercat xinés: Els elements bàsics d'aquest projecte són el desenvolupament d'una pàgina web localitzada, la dinamització de les xarxes socials pròpies del mercat xinès amb publicitat en diferents canals i la creació i realització d'un curs de capacitació en línia per als agents de viatge.

Pàgina web especial mercat xinés

En el mes de desembre es va dissenyar el lloc web amb l'objectiu de publicar-lo el gener de 2021. L'adreça web és <http://www.travelregionofvalencia.cn/>, aquest portal està ubicat en servidors locals a la Xina per a tindre millor difusió en aquest mercat.



Xarxes socials

Els treballs realitzats en xarxes socials es van enfocar a tindre presència en les principals xarxes socials del mercat xinés, per a això, s'ha realitzat la creació de contingut i gestió per als comptes de TCV en les xarxes socials xineses WeChat i Weibo.

步履不停两千年，只为这条改变世界的路

original/Valencia 瓦伦西亚大区旅游局 1 week ago



丝绸之路
梦开始的地方

当你听到瓦伦西亚这个名字时
脑中浮现的地理坐标在哪里？
从北京到瓦伦西亚
直线距离约为8,100公里
相隔隔着千山万水
瓦伦西亚也早名数千年前
就与我们有了密不可分的关系



值得一提的是，产自瓦伦西亚大区的大米拥有令人赞不绝口的优良品质，当地人甚至保留出了200多种烹饪大米的方法。

如今，在日益全球化的世界，瓦伦西亚也不断融入新的食材和产品，整个欧洲的传统美食和区域风味在这里碰撞的同时，仍然保留着古老的传统和烹饪风格。因为只有真正懂得美食的人才知道，经过时间沉淀的才是舌尖上的奢侈品。



瓦伦西亚大区旅游局



当朴素的线条呈现在一座城堡、教堂，以及古老的建筑之间，富有现代感的艺术特色将西班牙的历史无声地呈现出来，更不必说当地独特的自然景观，绵延一百多公里的绵长海岸线将城市的影子以及平静的海域组成，独特的风景让这里如同深藏于欧洲的宝藏。



阿利坎特省
Alicante

Publicitat en mitjans digitals

A més, es va reforçar l'estratègia amb un pla de publicitat en els següents canals: Weibo Advertising, WeChat Account Ads, WeChat Banner Ads.



Curs en línia de capacitat per a agents de viatges en la plataforma CTA

Com a part de l'estratègia de comunicació en línia de la Comunitat Valenciana per al mercat xinés, es va desenvolupar un curs de capacitat en línia sobre la Comunitat Valenciana en China Travel Academy. CTA és una plataforma digital, en la qual les destinacions turístiques donen formació en línia als agents de viatge de la Xina amb l'objectiu que puguin tindre un coneixement i poder vendre'l als seus clients.

En 2020 es va dissenyar el curs de capacitat en línia, que compta amb un total de nou unitats didàctiques i test al final de cada unitat.

Els usuaris que completen el curs amb èxit, estudiant totes les unitats i superant els qüestionaris elaborats, reben un certificat oficial que reconeix la seua experiència i capacitat per a poder vendre eficaçment productes turístics de la Comunitat Valenciana.

Al seu torn, s'obté una àmplia base de dades d'aquells agents que han participat en el curs (nom, correu electrònic, número de telèfon, agència en la qual treballen, posició, ciutat, etc.).

8.4. COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA

En el marc de les accions per a la comunicació de la marca Comunitat Valenciana, durant 2020, dins del programa de "Publicacions i material promocional", es van dur a terme diferents actuacions amb l'objectiu d'assegurar la major difusió i coneixement de la imatge turística.

8.4.1 Reimpressions

Es va posar en marxa un concurs públic de reimpressions de les publicacions necessàries editades per Turisme Comunitat Valenciana, actualitzant tant la informació com la imatge de portada de les publicacions no adaptades fins al moment. Aquest material compleix amb la finalitat de comunicar al públic una imatge atractiva i dinàmica de la Comunitat Valenciana, amb l'objectiu últim de consolidar-la com la destinació triada per a les diferents formes vacacionals del turista en l'actualitat.

En aquesta reimpressió conjunta s'inclouen tots els materials necessaris per a la promoció tant a escala nacional com internacional, ja que la majoria s'han editat en diferents idiomes.

PUBLICACIONS GENÈRIQUES

- Guia genèrica de la Comunitat Valenciana en castellà, anglés, francès, alemany, neerlandés i xinés. Així mateix, se n'ha creat una versió en italià, en format PDF.
- Catàleg d'experiències en castellà, anglés, francès i xinés.

FLYERS CULTURALS

- Territori Borja en castellà
- Camins de Dinosauris en castellà, valencià i anglés
- Ruta del Grial en anglés i francès
- Ruta de la Seda en castellà



FLYERS TEMÀTICS

- Destinació acollidora en castellà i anglés
- Gastronomia en castellà i anglés
- Interior en castellà i anglés



CARTOGRAFIA

- Plànol de València castellà/anglés, francès/alemany
- Mapa turístic de la Comunitat Valenciana castellà/anglés
- Mapa d'immersions i busseig en anglés/francès

GUIES TEMÀTIQUES

- Guia de cicloturisme
- Guia de turisme actiu i de naturalesa
- Guia de rutes
- Guia de senderisme

8.4.2 Disseny noves edicions 2020

La base cartogràfica dels plànols que s'havien estat editant (plànols de ciutats i mapa de la Comunitat Valenciana) responia a una contractació anterior i en cada reedició se n'han anat actualitzant dades i altres elements bàsics. Per això, amb el suport de l'Institut Cartogràfic Valencià de la Generalitat, s'ha contractat la realització de nova cartografia per a actualitzar la base i renovar el disseny d'aquestes publicacions, així com una àmplia col·lecció de pictogrames de recursos turístics.

- Plànol de ciutats (València, Alacant, Castelló de la Plana) en castellà i anglés.
- Mapa genèric de la Comunitat Valenciana en castellà i anglés.
- Pictogrames recursos turístics.



Especial COVID-19: En 2020, la situació produïda per la COVID-19 va portar a crear un nou missatge per a transmetre una idea positiva als mercats i d'alguna manera mostrar una imatge més optimista. Per això, es va donar suport al lema "Mediterrani en Viu" que acompanya tota la comunicació visual de Comunitat Valenciana, amb "Segur". D'aquesta manera, "Mediterrani en Viu i Segur" es va convertir en l'eslògan per a promocionar la destinació Comunitat Valenciana des d'aquell moment. Aquest missatge es va aplicar també en bàners en el web turístic de Comunitat Valenciana. Hi ha versions en idiomes.



Hola, soy Carina

Estoy aquí para resolver tus dudas
sobre el brote de coronavirus.

Bàners nou web: També 2020 ha sigut l'any de renovació del web turístic i per a això s'han creat nombrosos bàners amb una imatge renovada i més actual.

8.4.3 Marxandatge

A causa de la situació causada per la pandèmia, es van fer mascaretes higièniques homologades i personalitzades, en quatre dissenys diferents.



Així mateix, es van produir insígnies (pins) amb la figura de l'emblema de la marca turística de la Comunitat Valenciana, "palmera", com a element de suport a les accions institucionals realitzades per Turisme.

8.4.4 Banc d'imatges turístiques i nova línia de publicacions

Cessió d'imatges per a ens públics i mitjans de comunicació: seguint la línia de col·laboració amb agents externs. En 2020 es va presentar el servei gratuït de cessió d'imatges a organismes i empreses del sector, així com a mitjans de comunicació especialitzats en turisme, tant dins com fora d'Espanya. També s'han atés sol·licituds d'altres departaments de la Generalitat.

Una de les eines amb les quals compta Turisme Comunitat Valenciana per a dur a terme la promoció de la Comunitat Valenciana com a destinació és l'edició de publicacions per al seu ús en accions de venda i altres punts de recepció de visitants. Aquests materials són instruments necessaris per a la comunicació positiva de la destinació amb l'objectiu últim de consolidar-la com la destinació triada per a les diferents formes vacacionals del turista en l'actualitat. Per a això, durant els últims anys Turisme Comunitat Valenciana ha comptat amb una línia de publicacions que data d'una licitació de 2008.

A la fi de 2020, es va posar en marxa un concurs públic per a la contractació de la creació de continguts, disseny, maquetació i impressió de publicacions turístiques de la Comunitat Valenciana.

Consisteix en la realització d'una nova línia de publicacions que servisca d'inspiració i suport al visitant i com a eina per a descobrir l'àmplia oferta de recursos, destinacions i productes turístics mitjançant la creació de continguts i l'edició de material gràfic de caràcter promocional adaptant-lo a les noves tendències tant en els seus continguts com en la seua tipologia, per a contribuir a la millora del posicionament de la marca Comunitat Valenciana en els diferents mercats turístics.

Es tracta d'un treball integral de creació de material gràfic turístic com a eina de comunicació i màrqueting i la posterior impressió que es desenvoluparà entre 2021 i 2022.

9

OFICINES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA. XARXA TOURIST INFO



9.1. LA GESTIÓ DE LA XARXA TOURIST INFO EN OCASIÓ DE L'ALERTA SANITÀRIA PER LA COVID-19

Per a millorar els serveis d'informació turística que s'ofereixen a la Comunitat Valenciana, les actuacions que es reconeixen com a prioritàries són: perfil del personal; identificació corporativa del servei Tourist Info; cobertura informativa homogènia, i territorialment de tota la Comunitat Valenciana; intercanvi d'informació turística i col·laboració en els sistemes estadístics i d'avaluació del servei; consolidació i participació activa en les eines d'atenció i en els sistemes de qualitat turística, entre altres aspectes, amb la coordinació de Turisme Comunitat Valenciana en el marc del Programa de la Xarxa Tourist Info.

La xarxa Tourist Info compta amb un total de 217 oficines d'informació turístiques adscrites, així com 21 punts d'informació turística, distribuïts territorialment per tota la Comunitat Valenciana.

La declaració de l'estat d'alerta sanitària, i el consegüent estat d'alarma, així com les diferents limitacions en les activitats socials i turístiques, han tingut efectes immediats i molt significatius en l'activitat de les oficines Tourist Info i de la mateixa Xarxa.

Es van produir tancaments temporals d'oficines, tancaments del sector turístic, baixada de l'afluència de visitants i turistes, la necessitat de generar protocols d'atenció específics de prevenció de la COVID-19, articular noves campanyes, canals de comunicació, etc.

Davant d'aquesta situació, la Xarxa Tourist Info va posar en marxa una sèrie de mesures, en línia amb les recomanacions sanitàries, per a garantir el funcionament de les oficines i preservar la salut dels seus empleats i visitants.

- a) **Pla de contingència de la Xarxa Tourist Info**, per a donar resposta a les circumstàncies adverses provocades per la pandèmia i les seues conseqüències en l'atenció al turista i als proveïdors d'oferta.

Permet l'aplicació tant per oficines certificades o distingides en qualitat com per a la resta d'oficines de la Xarxa Tourist Info, amb tres línies d'acció:

- i. Mesures de protecció per a turistes.
 - ii. Mesures de protecció per a treballadors.
 - iii. Singularitats en el procediment d'acolliment i atenció presencial.
- b) **Pla formatiu de difusió de les mesures de protecció** contra la COVID-19, singularment de la instrucció tècnica de l'ICTE per a oficines d'informació turística.
- c) **Revisió de l'esborrany de la instrucció tècnica de l'ICTE** "Mesures per a la reducció del contagi pel coronavirus SARS-CoV-2 per a oficines d'informació turística".
- d) **Pla de reobertura de les oficines de la Xarxa Tourist Info** després de la finalització de l'estat d'alarma i el confinament.
- e) **Subministrament de documentació estàtica corporativa d'aviso de protecció:**
 - i. *Check list* gestió del risc COVID-19 per a oficines Tourist Info.
 - ii. Model cartell aforaments i accés a les oficines Tourist Info en 4 idiomes.
 - iii. Model cartell ús gel oficines Tourist Info en 4 idiomes.
- f) **Subministrament d'elements estàtics corporatius de protecció**, de manera subsidiària als facilitats pels ajuntaments, com ara mampares i senyals de distància social en el sòl.



9.1. COBERTURA DE LA XARXA

9.1.1. Cobertura jurídica - Convenis

El Consell va aprovar, per acord de 8 de febrer de 2019, un conveni tipus de col·laboració entre Turisme Comunitat Valenciana i 140 entitats locals (137 municipis, 2 mancomunitats i 1 entitat local menor), que ha permés la renovació i actualització dels convenis subscrits amb aquestes entitats per al desenvolupament del programa Tourist Info.

Cal assenyalar que aquest nou conveni tipus pretén agilitar els tràmits juridicoadministratius per a modificar i renovar les subscripcions dels convenis de col·laboració entre Turisme CV i 140 ajuntaments, mancomunitats i entitats menors de la Comunitat per a la consolidació del programa Tourist Info.

D'aquesta manera, a través d'aquest conveni tipus s'actualitzen els convenis subscrits entre 1993 i 2015, que s'adapten a la nova normativa, com la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic, i el Decret 176/2014, de 10 d'octubre, del Consell, que regula els convenis que subscriga la Generalitat i el seu registre. Els canvis més importants afecten la duració, que passa a ser de quatre anys, i l'obligació de la publicació en les pàgines web dels organismes que convenien, segons disposen els articles 9.1.c i 10.3 de la Llei 2/2015, de 2 d'abril, de la Generalitat, de transparència, bon govern i participació ciutadana de la Comunitat Valenciana, així com la constitució de comissions de seguiment d'aquests convenis.

Durant 2020, Turisme Comunitat Valenciana ha subscrit **57 convenis Tourist Info** amb la següent tipologia:

a) **51 convenis tipus d'actualització de la seua adhesió a la Xarxa Tourist Info**

PROVÍNCIA	MUNICIPI/MANCOMUNITAT
Alacant	Agres, Alcoi, Almoradí, Banyeres de Mariola, Benissa, Biar, Calp, el Campello, Callosa d'en Sarrià, Dénia, Dolores, Elda, Gata de Gorgos, Guardamar del Segura, Ibi, la Vila Joiosa, Monforte del Cid, Mutxamel, Novelda, Onil, Orihuela, Pego, Petrer, Pilar de la Horadada, el Pinós, el Poble Nou de Benitatxell, els Poblets, San Fulgencio, Santa Pola, Torrevieja, el Verger i Xixona.
Castelló	Benicàssim, Bejís, Forcall, Jérica, Morella, Peníscola, Segorbe.
València	Ademuz, Aiello de Malferit, Albaida, Algemesí, Alzira, Ayora, Llíria, el Puig, Sagunt, Serra, Sueca i Xàtiva.

- b) **2 convenis específics Tourist Info** amb municipis ja adherits a la xarxa, però que requerien una actualització singularitzada, encara que sense dotació econòmica.

PROVÍNCIA	MUNICIPI/MANCOMUNITAT
Alacant	Aspe
Castelló	Castelló de la Plana

- c) **4 convenis d'adhesió de nous municipis o oficines a la xarxa**, convenis individualitzats en cada cas, i amb la consegüent dotació econòmica.

PROVÍNCIA	MUNICIPI/MANCOMUNITAT
Alacant	Tibi
Castelló	Montán, Sant Jordi i Orpesa

9.1.2. Cobertura territorial

En 2020 es va tancar amb 21 punts d'informació i 217 oficines Tourist Info en funcionament dins de la xarxa, amb una gran presència del servei al llarg de la Comunitat Valenciana, tant en destinacions de litoral com d'interior i urbanes. Les oficines Tourist Info es gestionen en col·laboració amb 172 entitats locals i l'aeroport de Castelló.

S'ha produït un descens interanual en el nombre d'oficines adscrites a la Xarxa Tourist Info de -0,91 %, imputable a la reorganització de la xarxa a la ciutat d'Alacant i algun ajust menor.

Per províncies, el nombre d'oficines Tourist Info és el següent:

PROVÍNCIA	NOMBRE D'OFICINES	% SOBRE TOTAL DE LA CV
Alacant	79	36.41
Castelló	64	29.49
València	74	34.10

La Xarxa Tourist Info presenta una cobertura territorial comarcal del 100 % (amb presència en les 34 comarques de la Comunitat Valenciana). I amb la següent desagregació:

PROVÍNCIA D'ALACANT		
COMARCA	NOMBRE D'OFICINES	% SOBRE TOTAL DE LA CV
El Baix Segura	15	6.91
El Baix Vinalopó	8	3.69
El Comtat	3	1.38
El Vinalopó Mitjà	7	3.23
L'Alacantí	9	4.15
L'Alcoià	5	2.30
L'Alt Vinalopó	3	1.38
La Marina Alta	16	7.37
La Marina Baixa	13	5.99

PROVÍNCIA DE CASTELLÓ		
COMARCA	NOMBRE D'OFICINES	% SOBRE TOTAL DE LA CV
L'Alt Millars	3	1.38
L'Alt Palància (Cs)	5	2.30
El Baix Maestrat	14	6.45
Els Ports	3	1.38
L'Alcalatén	3	1.38
L'Alt Maestrat	7	3.23
La Plana Alta	15	6.91
La Plana Baixa	14	6.45

PROVÍNCIA DE VALÈNCIA		
COMARCA	NOMBRE D'OFICINES	% SOBRE TOTAL DE LA CV
El Camp de Morvedre	3	1.38
El Camp de Túria	6	2.76
El Racó d'Ademús	2	0.92
La Vall de Cofrents-Aiora	4	1.84
L'Horta Nord	6	2.76
L'Horta Oest	3	1.38
L'Horta Sud	1	0.46
La Canal de Navarrés	3	1.38
La Costera	3	1.38
La Foia de Bunyol	2	0.92
La Plana d'Utiel-Requena	2	0.92
La Ribera Alta	6	2.76
La Ribera Baixa	3	1.38
La Safor	15	6.91
La Vall d'Albaida	6	2.76
Els Serrans	4	1.84
València	5	2.30

Turisme Comunitat Valenciana va incorporar durant 2020 **dues noves oficines**, una situada a la ciutat d'Alacant i que completa la reorganització de la Xarxa Tourist Info del municipi, i una altra a Castelló de la Plana en un punt estratègic d'accés com és l'estació de l'AVE:

1. Tourist Info Alacant Plaça del Port (Alacant).
2. Tourist Info Estació de Castelló (Castelló).

Turisme Comunitat Valenciana va treballar també en 2020 en la modernització de la imatge i millora de les instal·lacions de les Tourist Info. Dins de les ajudes de Turisme Comunitat Valenciana 2020 dirigides a les entitats locals de la Comunitat Valenciana, el programa 1 “Inversió en adequació i millora dels serveis i recursos turístics”, subprograma 9 “Inversions en oficines d’informació turística adherides a la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana”, que recull com a actuacions subvencionables els projectes d’inversió en oficines d’informació turística adherides en la Xarxa Tourist Info que tinguen com a objecte la millora dels serveis al turista en destinació a través de l’adequació, renovació o modernització de les seues instal·lacions.

Turisme Comunitat Valenciana també ha prestat suport econòmic subvencionant les despeses que corresponguen a l’obtenció d’un certificat, el seu manteniment i/o la renovació en les oficines d’informació turística de la Comunitat Valenciana, a través del programa 2 “Competitivitat i desestacionalització de les destinacions turístiques”, subprograma 2.1 “Certificació de recursos, serveis i/o destinacions turístiques”, de les ajudes.

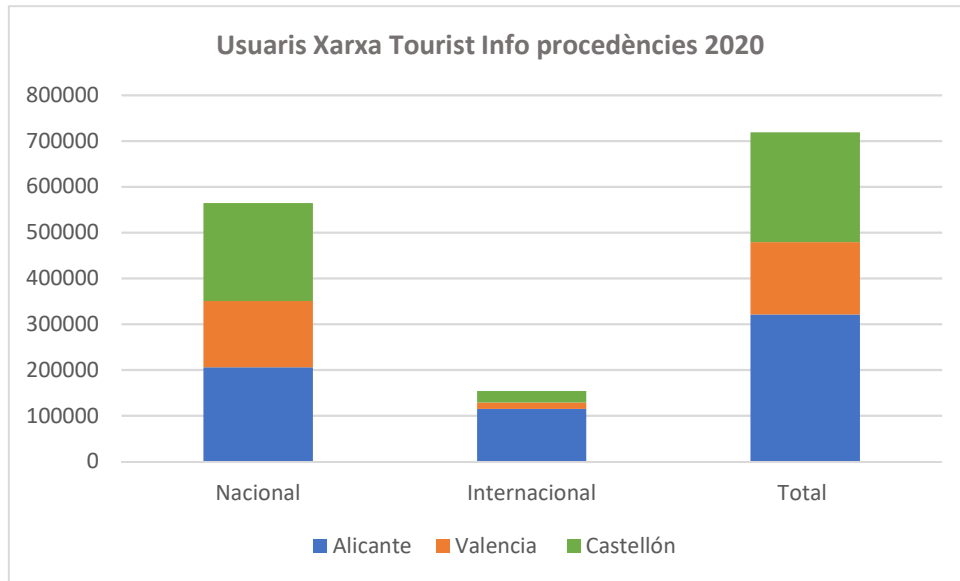
Quant al model de gestió i relació interadministrativa, en 2020 Turisme Comunitat Valenciana i la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana han continuat col·laborant en la prestació de serveis d’informació turística a la ciutat de València, compartint una mateixa seu física amb la finalitat d’optimitzar els recursos existents, mitjançant l’autorització d’ocupació de l’oficina d’informació turística Tourist Info València-Pau a favor de la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana.

9.2. INDICADORS DE SERVEI: HOSPITALITAT

9.2.1. Indicadors qualitatius

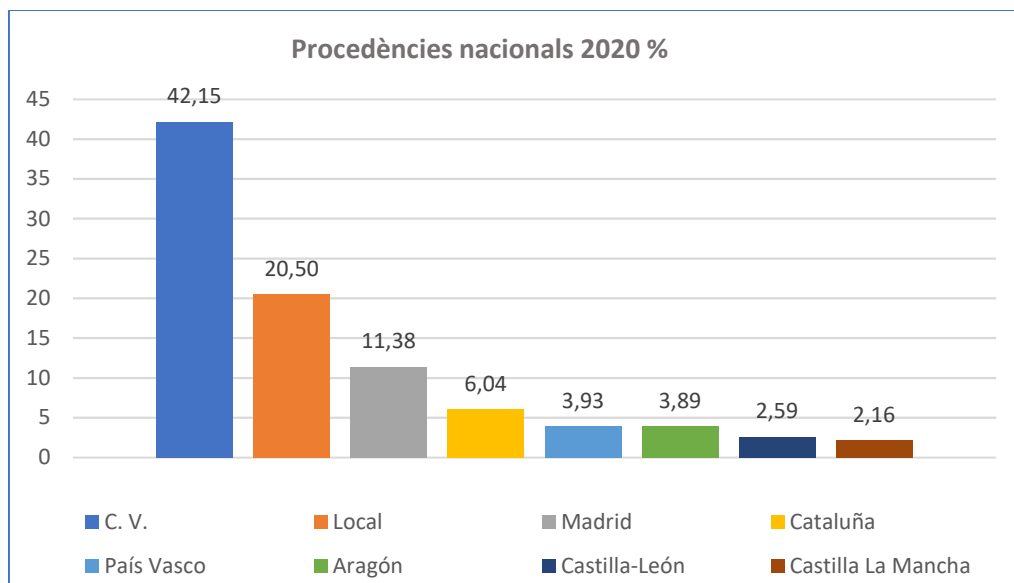
El conjunt de la xarxa va atendre en 2020 un total de 707.975 demandes d’informació en destinació. Aquest nombre suposa un descens de quasi 65 punts percentuals respecte a 2019 (1.987.210 demandes), atribuïble a la situació d’alarma sanitària nacional i internacional.

En total, i segons el Registre estadístic de la Xarxa Tourist Info, són 718.829 persones les que han visitat les oficines i punts de la xarxa, amb un decrement d’un 65 % en relació amb l’any passat (2.036.510 persones). Les procedències nacionals representen el 78,01 % en el conjunt. A Castelló i València, els usuaris/viatgers internacionals (10,66 % i 8,64 %, respectivament) acudeixen en menor nombre a les oficines de la Xarxa, davant dels nacionals, mentre que a Alacant arriben al 35,83 %.



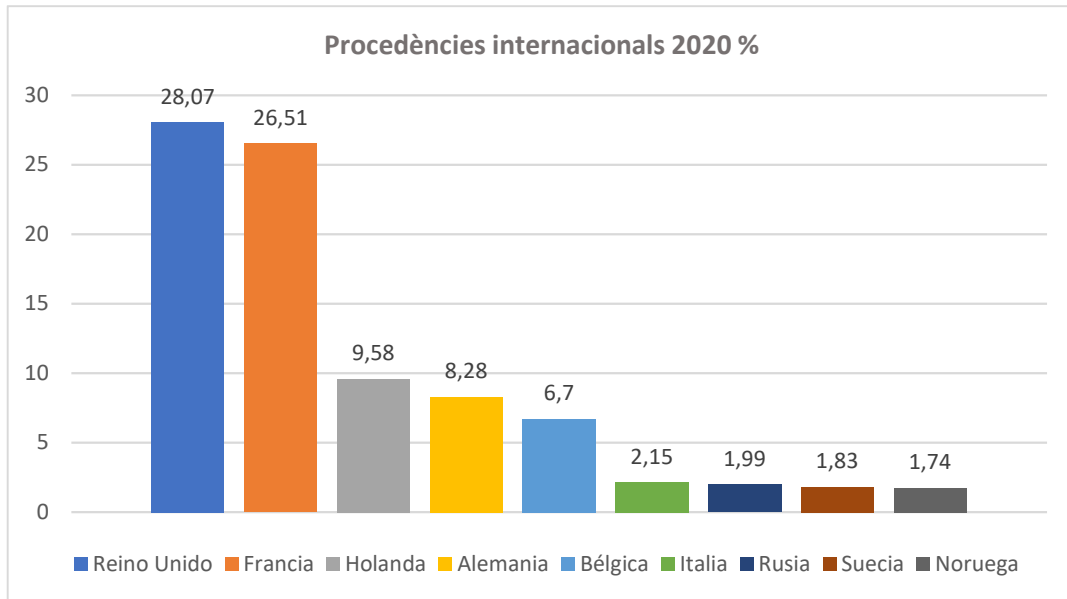
Font: Sistema estadístic Red Tourist Info. Elaboració pròpia.

El gràfic següent detalla els percentatges nacionals sobre el total de procedències nacionals en 2020.



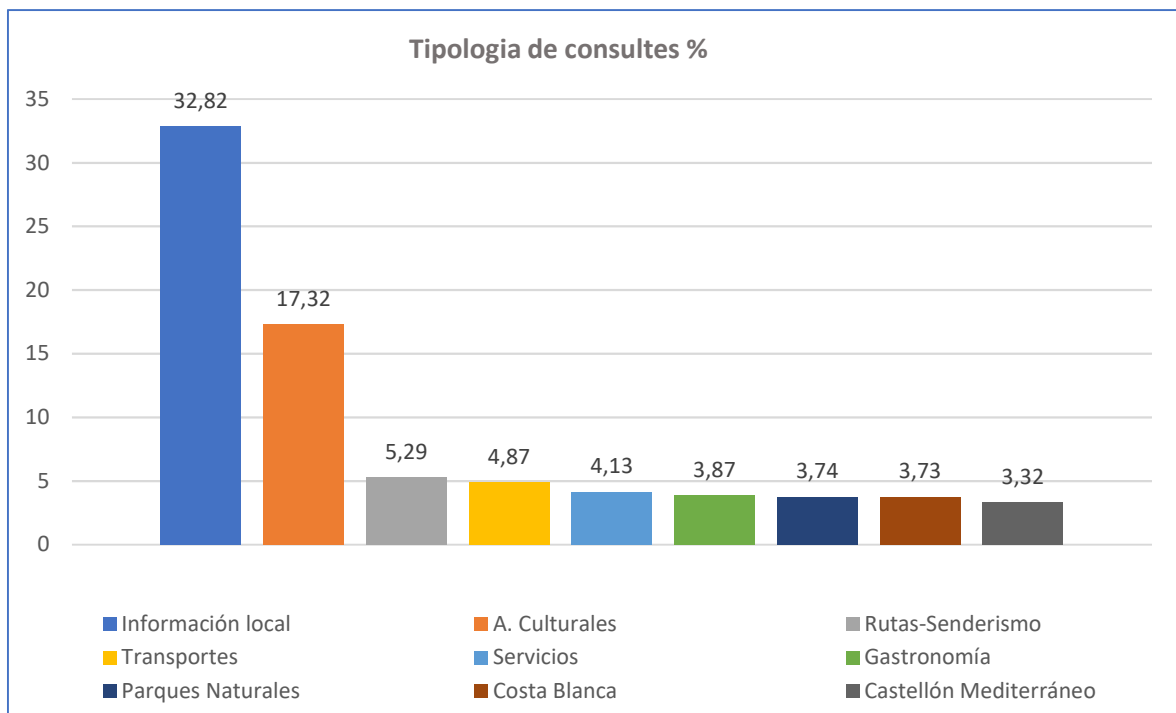
En línies generals, la distribució percentual per procedències nacionals s'ha mantingut en relació amb 2019, però es reforça la presència de Comunitat Valenciana (inclosos els locals) amb 13 punts més, així com el factor de comunitats autònomes pròximes, singularment Aragó.

El gràfic següent detalla els percentatges internacionals sobre el total de procedències internacionals en 2020. En aquest cas, també es manté la distribució percentual internacional, si bé els visitants holandesos superen als d'Alemanya en 2020.



Al seu torn, i per tipologia de consultes rebudes, destaquen les que s'han fet sobre "informació local", seguides de les consultes sobre "activitats culturals", "rutes i senderisme" i "transports". La tipologia de consultes més habituals s'ha vist afectada, amb entrades com ara "rutes i senderisme" i "parcs naturals" i eixides com "festes".

El gràfic següent detalla els percentatges sobre el total de consultes en 2020.



9.2.2. Indicadors qualitatius

El procés de l'enquesta Tourist Info corresponent a l'any 2020 ha abastat tots els mesos de l'any en què les oficines han estat operatives. Enguany es distingeixen tres models d'enquesta, en atenció a l'impacte del seguiment de la COVID-19:

Enquesta de seguiment que podem denominar "clàssica", en què es recull el perfil sociodemogràfic de l'enquestat i la seua valoració de l'atenció rebuda. Aquesta enquesta s'omplia de gener a juny i d'octubre a desembre de l'any en curs per part de les oficines certificades o distingides en qualitat. Aquest any 2020 se cenyeix als sis primers mesos de l'any, coincidint amb el període de confinament general.

Enquesta d'estiu, que en 2020 ha patit importants modificacions per a adaptar-se a la situació generada per la pandèmia i l'articulació dels diferents plans de contingència de la Xarxa Tourist Info i dels municipis que la componen. Es van limitar les preguntes a les de seguiment i es van incorporar dues preguntes sobre la percepció del turista sobre les mesures de seguretat contra la COVID-19 en l'oficina i en la destinació turística. Aquest format d'enquesta es va aplicar de l'1 juliol al 15 setembre i el seu compliment és responsabilitat del conjunt de la xarxa.

Enquesta de seguiment que podem denominar "COVID-19", en què es recull el perfil sociodemogràfic de l'enquestat i la seua valoració de l'atenció rebuda i s'han incorporat dues preguntes sobre la percepció del turista sobre les mesures de seguretat contra la COVID-19 en l'oficina i en la destinació turística. Aquest format d'enquesta es va aplicar del 16 setembre al 31 de desembre i el seu compliment és responsabilitat de les oficines certificades o distingides en qualitat.

En 2020 s'han omplit entre ambdues enquestes un total de 8.090 qüestionaris, que s'ha de valorar com una molt bona dada, malgrat el descens d'un 34,69 % respecte a 2019 - 12.387 qüestionaris.

OBJECTIUS D'INFORMACIÓ DE L'ENQUESTA TOURIST INFO
• Coneixement del perfil de l'usuari de l'oficina Tourist Info objecte de l'estudi. • Coneixement del grau de satisfacció de l'usuari de la xarxa sobre la seua visita a la Comunitat Valenciana. • Avaluació del nivell de qualitat de les oficines Tourist Info. • Valoració de la percepció de les mesures de prevenció del virus COVID-19 posades en marxa en l'oficina Tourist Info i en la destinació turística.

a) Enquesta Tourist Info de satisfacció del client primer semestre 2020

L'enquesta Tourist Info de satisfacció del client primer semestre de l'any 2020 va processar un total de 1.390 qüestionaris de 30 oficines. El 49,1 % del total dels enquestats eren residents a Espanya, el 50,4 % estrangers (i el 0,5 % n.c.). Del total d'estrangers, el 92,20 % eren residents europeus i el 3,50 % residents americans.

En aquesta enquesta, la xarxa en el seu conjunt va registrar la satisfacció d'expectatives del client sobre l'oficina visitada amb una mitjana de 9,74 punts sobre 10 (0,07 punts per damunt de 2019) i amb una mitjana de 9,62 punts sobre 10 (0,05 punts per dalt de 2019) l'atenció i els serveis que s'hi ofereixen.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una **puntuació mitjana en 2020 sobre l'atenció i serveis** rebuts de **9,62 punts sobre 10**.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una **puntuació mitjana en 2020 sobre compliment d'expectatives** de **9,74 punts sobre 10**.

A més, un 47,42 % (3 punts per damunt de 2019) va indicar haver visitat més d'una oficina, un clar signe de fidelitat i satisfacció del servei ofert per la Xarxa Tourist Info. Un 49,2 % va declarar conèixer la Xarxa Tourist Info (1,2 punts per davall de les dades de 2019).

b) Enquesta Tourist Info de satisfacció del client d'estiu

L'enquesta Tourist Info de satisfacció del client d'estiu va processar en 2020 un total de 5.466 qüestionaris (20 punts menys que en el mateix període de 2019) de 103 oficines. En tot cas, el nombre d'enquestes es considera especialment valuós, atesa la dificultat de l'ompliment per les mesures anti-COVID-19, com pel menor nombre d'oficines participants i el descens de turistes, sobretot internacionals. Aquesta enquesta es va simplificar, passant de 21 qüestions a 6, per a afavorir el compliment del pla de contingència de la Xarxa Tourist Info i de l'acord adoptat en la 30a reunió del seu Comitè de Qualitat i Innovació. Es van introduir dues preguntes sobre mesures anti-COVID-19.

El 81,6 % del total dels enquestats eren residents a Espanya (20 punts superior a 2019, motivat, sens dubte, per les limitacions de mobilitat internacional), el 17,3 % estrangers (i l'1,2 % n.c.), quasi íntegrament europeus.

Els resultats de l'enquesta no permeten, en atenció a la seua metodologia, la seua extrapolació estadística al conjunt de la demanda de la Comunitat Valenciana; no obstant això, aquesta enquesta sí que resulta significativa per a l'univers de persones que visiten les oficines de la Xarxa Tourist Info.

En aquesta enquesta, la xarxa en el seu conjunt va registrar la satisfacció d'expectatives del client sobre l'oficina visitada amb una mitjana de 9,57 punts sobre 10 (0,1 per davall de 2019) i amb una mitjana de 9,50 punts sobre 10 (0,07 per davall de les dades de 2019) l'atenció i els serveis que s'hi ofereixen.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una **puntuació mitjana en 2020 sobre l'atenció i serveis** oferits de **9,50 punts sobre 10**.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una **puntuació mitjana en 2020 sobre compliment d'expectatives** de **9,57 punts sobre 10**.

Resulta oportú destacar els resultats de les preguntes específiques sobre la percepció del turista de les mesures anti-COVID-19 articulades per l'oficina i la destinació turística. En ambdós casos, se supera la valoració de 9 punts sobre 10 màxims.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info valoren les mesures de seguretat anti-COVID-19 de l'oficina amb una puntuació mitjana en 2020 de **9,57 punts sobre 10**.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info valoren les mesures de seguretat anti-COVID-19 de la destinació amb una puntuació mitjana en 2020 de **9,11 punts sobre 10**.

A més, un 50 % (lleugerament per damunt de 2019) va indicar haver visitat més d'una oficina, un clar signe de fidelitat i satisfacció del servei ofert per la Xarxa Tourist Info. Un 66,6 % va declarar conèixer la Xarxa Tourist Info (6 punts per damunt de les dades de 2019), cosa que significa, extrapolant aquest percentatge sobre el total d'usuaris de la Xarxa (713.518 persones), que més de 475.000 persones usuàries de la xarxa ja la coneixien amb anterioritat.

c) Enquesta Tourist Info de satisfacció del client de seguiment, incloent-hi mesures anti-COVID-19.

D'altra banda, l'enquesta Tourist Info de satisfacció del client de seguiment COVID-19 va processar en 2020, entre el 16 de setembre i el 31 de desembre, un total de 1.304 qüestionaris de 30 oficines. El 75,40 % del total dels enquestats eren residents a Espanya, el 23,16 % eren estrangers i l'1,46 % n.c. Del total d'estrangers, el 93 % eren residents europeus. Igual que a l'estiu, el percentatge d'estrangers enquestats descendeix notablement (més de 20 punts percentuals) respecte a 2019.

En aquesta enquesta es mantenen dues preguntes sobre mesures anti-COVID-19.

La xarxa en el seu conjunt va registrar la satisfacció d'expectatives del client sobre l'oficina visitada amb una mitjana de 9,72 punts sobre 10 (superant la mitjana de 2019 en 0,14 punts) i amb una mitjana de 9,66 sobre 10 (0,13 per damunt de 2019) l'atenció i els serveis que s'hi ofereixen.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una **puntuació mitjana en 2020 sobre l'atenció i serveis oferits de 9,66 punts sobre 10**.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una **puntuació mitjana en 2020 sobre compliment d'expectatives de 9,72 punts sobre 10**.

Resulta, igualment, oportú destacar els resultats de les preguntes específiques sobre la percepció del turista de les mesures anti-COVID-19 articulades per l'oficina i la destinació turística. En ambdós casos, se supera la valoració de 9 punts sobre 10 màxims.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info valoren les mesures de seguretat anti-COVID-19 de l'oficina amb una puntuació mitjana en 2020 de **9,74 punts sobre 10**.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info valoren les mesures de seguretat anti-COVID-19 de la destinació amb una puntuació mitjana en 2020 de **9,48 punts sobre 10**.

A més, un 44,87 % va indicar haver visitat més d'una oficina, un clar signe de fidelitat i satisfacció del servei ofert per la Xarxa Tourist Info, i un 63,72 % va declarar conèixer la Xarxa Tourist Info.

9.3. ELEMENTS D'IMATGE CORPORATIVA

La Xarxa Tourist Info compta amb diferents elements corporatius, entesos en sentit ampli, com ara suports de retolació i senyalització Tourist Info, mobiliari divers i altres instruments d'imatge.

En l'enquesta Tourist Info d'estiu 2020, s'incorporen tres ítems que valoren la imatge en general de les oficines Tourist Info, amb uns resultats favorables, que animen a continuar treballant en la definició de nous elements corporatius, en la seua millora i manteniment.

Ítems valoració instal·lacions Tourist Info, sobre 10 punts màxims

- Imatge de l'oficina: 9,31 punts.
- Ambient de l'oficina 9,44 punts.
- Localització/accessibilitat oficina 9,22 punts.

Durant 2020 s'ha completat el procés de contractació biennal dels subministraments de mobiliari Tourist Info, de retolació corporativa i d'altres elements d'imatge (Expedient TCV 02/20).

a) Mobiliari de la Xarxa Tourist Info.

Per al subministrament del mobiliari, es va considerar el manual creat l'any passat a l'efecte i que defineix els següents models d'oficina Tourist Info, i s'han considerat 34 elements diferents:

1. Oficina tipus.
2. Oficina espai natural.
3. Oficina edifici històric.
4. Oficina portàtil.

b) Retolació i senyalització corporativa de la Xarxa Tourist Info.

La identificació del servei Tourist Info per part de turistes i visitants a la Comunitat Valenciana resulta bàsica per a la prestació.

Per a això, s'han definit una sèrie de models, formats i acabats, sempre conforme a la imatge corporativa Tourist Info, amb 22 elements de retolació i 4 de senyalització. I s'apliquen en atenció a tres línies bàsiques:

- Retolació i senyalització Tourist Info de noves oficines incorporades a la xarxa.
- Manteniment i millora de la retolació i senyalització Tourist Info d'oficines existents.
- Subministrament de suports d'imatge corporativa: Decàlegs de qualitat i elements de zonificació d'oficines conforme a la norma de qualitat Q i el Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions.

c) Altres elements d'imatge.

En 2020 es van tancar una sèrie de 13 elements d'imatge corporativa per a posar-los a disposició de les oficines Tourist Info, segons les necessitats en cada cas. Destaquem models d'expositors de diferent grandària, material de papereria, llapis de memòria i altres.

9.4. ORIENTACIÓ AL CLIENT: PLA DE QUALITAT

A través del Pla de qualitat, es fomenta la cultura de l'excel·lència entre els tècnics i informadors turístics i s'impulsa la implantació de sistemes d'assegurament de la qualitat, treballant també aspectes mediambientals, d'accessibilitat universal i de qualitat total en destinació (SICTED).

La xarxa té oficines certificades segons les següents normes UNE/ISO:

- Norma UNE-ISO 14785, oficines d'informació turística (Q).
- Especificació UNE 0066-10, mesures per a la reducció del contagi pel coronavirus SARS-CoV-2, oficines d'informació turística (Safe Tourism).
- Norma UNE-EN ISO 9001, sistemes de gestió de la qualitat.
- Norma UNE-EN ISO 14001, sistemes de gestió ambiental.
- Norma UNE 170001, accessibilitat.

D'altra banda, la xarxa compta amb oficines distingides amb el Sistema de Qualitat Integral en Destinacions.

La Comunitat Valenciana va tancar 2020 amb 103 certificacions o distincions de qualitat. Al llarg de 2020, es van superar de manera satisfactòria 103 proves d'auditoria externa o avaluació: 29 oficines certificades amb la Q de qualitat turística; 7 oficines van realitzar l'avaluació de l'ISO 9.001; 6 oficines la de la norma ISO 14.001 (gestió mediambiental); 5 distingides amb l'UNE 17.001 d'accessibilitat integral; 11 amb especificació UNE 0066-10, mesures per a la reducció del contagi pel coronavirus SARS-CoV-2, oficines d'informació turística (Safe Tourism), i 45 oficines amb el Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions (SICTED).

	Q	SICTED	ISO 9001	ISO 14001	UNE 170001	SAFE	TOTAL
Alacant	9	20	1	0	0	3	33
Castelló	9	10	1	1	0	0	21
València	11	15	5	5	5	8	49
TOTAL	29	45	7	6	5	11	103

Segons les dades que publica l'ICTE (Institut de Qualitat Turística d'Espanya), la Comunitat Valenciana és la segona comunitat autònoma amb major nombre d'oficines certificades amb la Q i d'oficines distingides en el SICTED, i la tercera en certificats SAFE TOURISM.

Turisme Comunitat Valenciana ofereix a les administracions locals, a través de mitjans propis, tant presencialment com a distància, assessorament i assistència per als processos d'implantació dels sistemes (formació, auditories internes, sistemes de documentació, seguiment, eines informàtiques corporatives), entre els quals destaca un fòrum comú per a la millora contínua i la innovació i el **Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info**, conformat per totes les oficines certificades/distingides i en vies de certificació de la xarxa.

En 2020 es van celebrar quatre reunions del **Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info**, centrades, de manera específica, a donar resposta a les noves necessitats sorgides davant de la situació d'alerta sanitària per la COVID-19, i es van obrir a la totalitat de la Xarxa Tourist Info:

- 28a Reunió del Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info en format virtual, plataformes Zoom i Hangout, 7 d'abril de 2020. Pla de contingència de la Xarxa Tourist Info.
- 29a Reunió del Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info en format virtual, plataformes Google Meet, 29 de maig de 2020. "Dudas y comentarios sobre la implementación del Plan de contingencia de medidas de seguridad ante la COVID-19 para la apertura de las oficinas de la Red Tourist Info".
- 30a Reunió del Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info en format virtual, plataformes Google Meet, 18 de juny de 2020. "Experiencia de certificación *Safe Tourism Certified*. Propuestas y protocolos de actuación encuestas Tourist Info 2020"
- 31a Reunió del Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info en format virtual, plataforma *Webinar*, 24 de novembre de 2020, en el marc de la jornada Tourist Info de la mateixa data.

9.5. ASSISTÈNCIA I SUPORT A LES DESTINACIONS, EMPRESES I ENTITATS

A més de l'assistència en matèria de qualitat que ofereixen directament els coordinadors, es va donar suport tècnic directe a les entitats locals i a les oficines que ho van requerir a través dels coordinadors territorials i personal tècnic: formació a mesura, solució d'incidències, organització de trobades, valoració i propostes de millora del servei, procediments de treball, maneig d'eines, etc.

Durant 2020 les accions d'assistència tècnica i coordinació han sigut en la seua immensa majoria telefòniques, correu electrònic i reunions en línia. Es destaquen les assistències tècniques per a la implantació del sistema de qualitat de la Q de l'ICTE.

Finalment, enguany s'han atés, encara que en menor nombre que en 2019, peticions massives de material turístic imprés per a la distribució en congressos, esdeveniments, reunions i establiments turístics, i peticions de material realitzades per les oficines de la Xarxa Tourist Info. També s'ha col·laborat en la distribució entre les oficines de la Xarxa Tourist Info del material imprés editat per altres entitats, establiments i associacions de caràcter turístic.

9.6. COL·LABORACIÓ AMB ELS CENTRES FORMATIUS I UNIVERSITATS VALENCIANES

En 2020 les oficines Tourist Info de Turisme Comunitat Valenciana van rebre 2 alumnes en pràctiques procedents de centres públics de formació professional (Mòdul de Comercialització i Promoció Turística) i universitats valencianes (grau de Turisme). Aquestes pràctiques es van desenvolupar presencialment fins a l'alerta sanitària, i una d'aquestes es va completar, posteriorment, en línia.

Els alumnes que realitzen aquestes pràctiques participen en les tasques bàsiques, en els centres on estan destinats, i reben, a través del personal del Servei i dels cursos del Pla de formació, coneixements per a la seua capacitat professional com a informadors o tècnics, segons la destinació.

És una potent eina de difusió de la Xarxa entre els futurs professionals del turisme, tant universitaris com de formació professional.

9.7. QUALIFICACIÓ DE L'EQUIP HUMÀ: EL PLA DE FORMACIÓ

Per a garantir al visitant la millor estada, el servei s'ha d'orientar estratègicament a la satisfacció i fidelització del turista a través de l'hospitalitat i l'excel·lència. Per això, la qualitat i professionalitat dels recursos humans són dos paràmetres permanents per a reforçar la tasca que realitza la Xarxa Tourist Info i, en última instància, optimitzar el consum turístic dinamitzant la despesa en destinació.

Les estratègies de màrqueting de Turisme estableixen línies d'actuació per a aconseguir l'excel·lència en l'atenció al client, a través del ja esmentat Pla de qualitat i del Programa de formació de la Xarxa Tourist Info.

Durant l'exercici 2020, la situació d'alerta sanitària ha condicionat el desenvolupament del pla formatiu de la Xarxa i en un doble sentit. D'una banda, va obligar a implementar accions formatives específiques de mesures de prevenció de la COVID-19; de l'altra, totes les accions es van oferir en format en línia, la qual cosa va impedir la celebració de jornades de familiarització, Jornades Tourist Info 2020 i unes altres. Així, i ja el mes de març, es va suspendre la Jornada Tècnica "Crevillent: Tradiciones"; a la tardor es van ajornar a 2021 les XIX Jornades de la Xarxa Tourist Info que se celebrarien a Elda i Petrer.

A l'inici de l'any sí que va tindre lloc una acció formativa presencial al CdT d'Alacant sobre eines de disseny gràfic i plantilles.

En tot cas, es van articular en 2020 diferents cursos en línia, en col·laboració amb empreses, administracions turístiques i altres entitats, sobre diferents plataformes digitals: Webinar, Meet, Zoom, Hangout i unes altres. S'ha buscat sempre reforçar les tècniques professionals del personal de frontera i mantindre al dia el seu coneixement de l'oferta, de les mesures anti-COVID-19 i introduir nous serveis especialitzats en la Xarxa. La cobertura de la Xarxa de CdT ha facilitat acostar la formació a totes les oficines, realitzant, a més i si és procedent, edicions per província o comarques del mateix curs.

En 2020 es van realitzar 12 jornades formatives, amb un total de 40 hores de duració i una participació de 1.087 assistents.

Entre les accions formatives de prevenció de la COVID-19, cal destacar els grups de millora dels 28é, 29é i 30é comitès de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info i el curs sobre "Especificación UNE 0066-10, Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2, Oficinas de Información Turística (*Safe Tourism*)".

Quant a continguts competencials, s'ha treballat la gestió de qualitat, tecnologies, coneixement de productes (Birding), el nou portal turístic de la Comunitat Valenciana, entre altres matèries, continguts dirigits a tècnics i informadors turístics de la Xarxa.

Resulta obligat un esment exprés, sense perjudici que es genere un apartat específic, de la formació "Conceptos básicos sobre violencia de género", amb 7 sessions territorialitzades i no presencials: Yátova, Segorbe, València, Elda, Dénia, Alacant i Sant Mateu.

Avantsala per a la introducció de nous serveis, ara de caràcter social, en les oficines Tourist Info: Punt Violeta turístic.

Per l'ajornament de les XIX Jornades Tourist Info a les ciutats d'Elda i Petrer, es va celebrar al novembre una Jornada Tourist Info en línia amb 163 participants, i en la qual es va presentar, entre altres activitats, el nou portal turístic de la Comunitat Valenciana.

Finalment, es van divulgar entre la Xarxa Tourist Info iniciatives formatives de Turisme Comunitat Valenciana que s'han considerat d'especial interès per al personal de les oficines d'informació turística, tals com "Jornada sobre el estatuto de Municipio Turístico" i el procés participatiu del Pla accessibilitat Comunitat Valenciana 2021-2024.

9.8. SISTEMES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

Recullen de manera sistemàtica la informació actualitzada de l'oferta turística amb un doble objectiu: integrar tecnològicament la informació generada pels diferents actors de la destinació en un sol contenidor i difondre l'oferta turística al llarg de totes les oficines de la xarxa, mitjançant eines tecnològiques i procediments corporatius.

- a) Creació del grup de treball de la Xarxa Tourist Info per a testar i plantejar propostes de millora del nou portal turístic <https://www.comunitatvalenciana.com>, beta. El seu treball va abastar els mesos de març a maig de 2020.
- b) Posada en marxa, l'estiu de 2020, del nou portal turístic <https://www.comunitatvalenciana.com>, amb la plataforma professional del Sistema de Gestió Integral de la Destinació Comunitat Valenciana per al perfil Editor Tourist Info i l'eina RAZUNA de gestió de contingut multimèdia. Es va realitzar la formació corresponent amb dues sessions (introducció i avançat) i manuals d'edició, que han permés a les oficines Tourist Info actualitzar diàriament en el portal <https://www.comunitatvalenciana.com> la informació sobre els esdeveniments culturals i d'oci que se celebren en les destinacions i informació general. Es tracta d'un contingut amb una alta demanda.

Al fil de l'anterior, es van promoure dos grups de treball de la xarxa per a la millora del portal turístic, l'activitat del qual es prolongarà en 2021:

- **Grup de treball portal turístic**, en relació amb el portal en sentit estricte.
 - **Grup de desenvolupament plataforma professional** en relació amb l'ampliació i consolidació de continguts, amb diverses reunions.
- c) Eina de gestió de la informació turística per a l'atenció en temps real al turista presencial InfotouristAPI 2.0. S'amplia informació en l'apartat d'aquesta memòria 10.10.2.2. Digitalització de les oficines de la Xarxa Tourist Info.
 - d) Xarxes socials: L'activitat virtual de les oficines en Facebook, Instagram i WhatsApp, en altres canals facilita la relació amb el turista i el sector empresarial.

9.9. PROJECTES D'INNOVACIÓ

Turisme Comunitat Valenciana treballa conjuntament amb les entitats locals en la modernització de les oficines i en l'impuls de nous serveis que acosten la Xarxa Tourist Info a les exigències de la informació turística del s. XXI: la tematització d'oficines; les xarxes socials com a nous canals per a oferir informació al client en totes les fases del viatge; un nombre creixent d'oficines que ofereixen connexió wifi gratuïta als turistes; integració de codis QR per a l'accés a la descàrrega de fullets o apps turístiques, o les prop de 30 oficines que disposen de suports de màrqueting dinàmic com pantalles tàctils 24h o pantalles per a la difusió d'informació.

Durant 2020 es van promoure diversos projectes d'innovació per al conjunt de la xarxa, combinant elements tecnològics amb nous serveis (incloent-hi els de caràcter social) per als usuaris de les oficines Tourist Info, així com convocant la IV Edició del Premi a la Innovació en la Xarxa Tourist Info.

9.9.1. Premi a la Innovació de la Xarxa Tourist Info 2020

El Premi a la Innovació Xarxa Tourist Info reconeix la introducció en la prestació de l'activitat habitual de l'Oficina Tourist Info d'una novetat en serveis, productes, procediments o instal·lacions, dirigida als turistes i que facilita una millor atenció d'aquests.

Els criteris de valoració objectius es van estructurar en cinc grans apartats:

- Valors de la iniciativa: Creativitat, hospitalitat, accessibilitat, sostenibilitat i excel·lència.
- Creació de noves eines i/o canals d'atenció al turista, a través de suports tecnològics i altres mitjans, adaptats a la informació turística en destinació i el seu ús en l'oficina Tourist Info.
- Generació de nous serveis i/o productes per a prestar a l'oficina Tourist Info.
- Suport al desenvolupament, mitjançant tècniques innovadores, de noves activitats turístiques empresarials, en línia amb les estratègies de la Comunitat Valenciana en aquesta matèria.
- Grau d'adaptabilitat al conjunt d'oficines de la Xarxa Tourist Info.

En atenció a aquests criteris, es van proclamar guanyadores del IV Premi a la Innovació en la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana les **oficines Tourist Anna i Tourist Info Quesa**, amb el seu projecte conjunt **"Senyalització turística intel·ligent en la Mancomunitat la Canal de Navarrés"**.

El projecte guanyador representa una proposta d'un servei d'informació turística intel·ligent sobre el territori de la Mancomunitat de la Canal de Navarrés (mancomunitat a la qual estan adscrites les dues oficines Tourist Info), amb la incorporació d'elements tecnològics que donen suport a nous canals d'atenció al turista, per a reforçar la creativitat, l'accessibilitat i la sostenibilitat:

- Disponibilitat d'una plataforma que permet als usuaris planificar i compartir viatges a la Canal de Navarrés, així com crear el seu pla de viatges pel territori i compartir-lo a través del mòbil.
- Gestió de la senyalització turística mitjançant l'ús de tecnologies de la informació per a la consulta de l'oferta turística, reserves, viatges a mesura: balises electròniques (*beacons*), codis QR i altres.
- Implantació territorial en la Mancomunitat de la Canal de Navarrés.
- Afavoreix el desenvolupament local d'activitats turístiques empresarials i millora la percepció de la destinació com a destinació hospitalària.

Així mateix, atés l'alt nivell aconseguit per les propostes presentades en l'edició 2020, es va acordar atorgar l'acèssit previst en la base 7a de la Convocatòria del Premi a **Tourist Info Dénia** i **Tourist Info Dénia Consell**, amb el seu projecte **"Estratègia de comunicació de les oficines Tourist Info Dénia dirigida als seus públics objectiu per la pandèmia COVID-19"**.

Les oficines Tourist Info de Dénia presenten una estratègia global de comunicació davant de la situació d'alerta sanitària, en què es determinen els diferents públics objectiu, amb diferents accions i campanyes de comunicació en funció d'aquests públics objectiu: apartats específics en el portal turístic de la destinació, accions en xarxes socials, campanyes publicitàries, posada en marxa de noves eines de comunicació, missatgeria instantània i *newsletter*, entre altres.



9.9.2. Nous productes i serveis

En 2020 es consoliden les novetats introduïdes en 2019, i de manera singular es reforcen els sistemes d'atenció no presencial i presencial *contactless*, com una de les mesures de prevenció de la COVID-19: sistemes de missatgeria instantània (WhatsApp), codis QR, entre altres.

I a més s'han posat en marxa nous serveis d'atenció al turista en el conjunt de la Xarxa Tourist Info.

9.9.2.1. Punt Violeta Turístic

Aquest projecte naix de la col·laboració entre Turisme CV i l'Institut Valencià de les Dones per a reforçar el posicionament de la Comunitat Valenciana com a destinació turística segura contra la violència masclista.

Es busca articular de manera explícita un servei de caràcter turístic i social dirigit a turistes i visitants i fer front a aquest flagell social.

El Punt Violeta Turístic es defineix com a oficina Tourist Info que exerceix tasques de sensibilització a turistes i població en general davant de la violència masclista, i on es presta una atenció i assessorament bàsics i de derivació a serveis especialitzats en la prevenció d'aquesta violència i d'atenció qualificada a les víctimes.

Durant juliol de 2020 es va dur a terme una primera acció formativa introductòria sobre la matèria que ens ocupa, amb el títol "Conceptes bàsics sobre violència de gènere", dirigida a les oficines de la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana abans descrita.

Després d'aquestes primeres accions formatives, la Direcció General de Turisme va remetre una carta als ajuntaments adscrits a la xarxa comunicant la iniciativa Punt Violeta Turístic i les propostes bàsiques que cal seguir.

Finalment, es va distribuir entre les oficines Tourist Info material gràfic Punt Violeta Turístic, en 4 idiomes, editats per l'Institut Valencià de les Dones.

I serà al llarg de 2021 quan s'implemente de manera efectiva el Punt Violeta Turístic entre les oficines adherides.

9.9.2.2. Digitalització de les oficines de la Xarxa Tourist Info

Per a afavorir la visió de la Comunitat Valenciana com una destinació turística intel·ligent, Turisme Comunitat Valenciana incrementa i accelera la digitalització de les oficines d'Informació Turística de la Comunitat Valenciana (Xarxa Tourist Info) mitjançant la implantació d'una eina de gestió de la informació turística per a l'atenció en temps real al turista presencial.

Aquesta eina, denominada InfotouristAPI 2.0, presenta diverses i potents millores:

- a) Permet una atenció digitalitzada multicanal del turista presencial des del seu inici fins a la seua conclusió, amb el seu còmput estadístic i enquestes al visitant.
- b) Estableix nous mecanismes per a compartir, entre totes les oficines Tourist Info, informació en xarxa: guies turístiques, esdeveniments i enllaços d'interés.
- c) Amplia la recollida d'informació del visitant, per mitjà de la remissió d'enquestes en línia: motivacions, procedències, experiències, etc.

9.10. FOMENT DE L'HOSPITALITAT TURÍSTICA

Tota l'activitat de la Xarxa Tourist Info es desenvolupa seguint paràmetres d'hospitalitat, acollida i atenció personalitzada.

Ciudadans i turistes de la Comunitat Valenciana van celebrar el Dia Mundial del Turisme 2020 participant amb les oficines de la Xarxa Tourist Info en diverses activitats, presencials i en línia, que es van organitzar al llarg de tota la Comunitat Valenciana, amb un tema comú: "Turisme i desenvolupament rural".

Turisme va impulsar aquest programa per a sensibilitzar les instàncies decisòries dels sectors públic i privat, i el públic en general, respecte a la contribució del turisme sostenible al desenvolupament, i mobilitzar alhora tots els interessats perquè treballen junts amb la finalitat de fer del turisme un catalitzador de canvi de model econòmic i de benestar social.

9.11. XARXA TOURIST INFO: 30 ANYS AL SERVEI DEL TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

En 2020 es van complir 30 anys de cooperació en aquesta matèria entre les administracions locals de la Comunitat Valenciana i la Generalitat, amb la generació d'un model d'informació turística en destinació que podem qualificar sens dubte d'èxit, tant qualitativament com quantitativament.

Per això, es van plantejar una sèrie d'accions, al llarg de 2020, per a celebrar aquests 30 anys, mitjançant el coneixement i homenatge d'aquells primers anys, i des d'allí definir millor el present i el futur de la Xarxa Tourist Info. La situació d'alerta sanitària va provocar l'ajornament d'aquests actes per a 2021 i tancar la celebració de l'efemèride en les Jornades de la Xarxa Tourist Info d'aquell any.

Més avall es troba el logo commemoratiu d'aquestes tres dècades, per a l'ús per part de les oficines Tourist Info en diferents suports.



9.12. LA XARXA TOURIST INFO 2020 EN XIFRES

GESTIÓ DE LA XARXA PER L'ALERTA SANITÀRIA COVID-19	✓ Pla de contingència de la Xarxa Tourist Info. ✓ Pla de reobertura oficines Tourist Info ✓ Subministrament de documentació estàtica corporativa d'avisos de protecció. ✓ Subministrament d'elements estàtics corporatius de protecció.
COBERTURA JURÍDICA	57 convenis Tourist Info subscrits: ❖ 51 conveni tipus. ❖ 2 convenis específics sense dotació econòmica. ❖ 4 convenis d'adhesió de nous municipis o oficines.
COBERTURA TERRITORIAL	✓ 172 entitats locals adherides. ✓ 217 oficines Tourist Info. ✓ 21 punts d'informació turística. ✓ 2 noves oficines Tourist Info en 2020
INDICADORS DE SERVEI QUANTITATIUS	718.829 persones ateses en la xarxa en 2020. ❖ Nacionals: 564.525 ❖ Internacionals: 154.304
INDICADORS DE SERVEI QUALITATIUS	8.090 enquestes de satisfacció omplides en la Xarxa Tourist Info.
ENQUESTA TOURIST INFO ESTIU	✓ 5.466 enquestes de satisfacció omplides en la Xarxa Tourist Info. ✓ 103 oficines participants. ✓ 9,50 punts sobre 10 de mitjana de valoració dels serveis oficines. ✓ 9,57 punts sobre 10 de mitjana en compliment d'expectatives oficines. ✓ 9,57 punts sobre 10 de valoració mesures COVID-19 en l'oficina.
ENQUESTA TOURIST INFO DE SEGUIMENT (DE L'1 DE GENER AL 30 DE JUNY)	✓ 1.390 qüestionaris omplits. ✓ 30 oficines participants (oficines certificades o distingides en qualitat). ✓ 9,62 punts sobre 10 de mitjana de valoració dels serveis oficines. ✓ 9,74 punts sobre 10 de mitjana en compliment d'expectatives oficines

ENQUESTA TOURIST INFO DE SEGUIMENT+ MESURES ANTI-COVID-19 (DEL 16 DE SETEMBRE AL 31 DE DESEMBRE)	✓ 1304 qüestionaris omplits. ✓ 30 oficines participants (oficines certificades o distingides en qualitat). ✓ 9,66 punts sobre 10 de mitjana de valoració dels serveis oficines. ✓ 9,72 punts sobre 10 de mitjana en compliment d'expectatives oficines. ✓ 9,74 punts sobre 10 de valoració mesures COVID-19 en l'oficina.
ORIENTACIÓ AL CLIENT: PLA DE QUALITAT	103 certificacions o distintius de qualitat. ❖ 29 certificacions UNE-ISO 14785 (Q). ❖ 7 certificacions ISO 9001. ❖ 6 certificacions ISO 14001. ❖ 5 certificacions UNE 170001. ❖ 11 certificacions Safe Tourism ❖ 45 distintius SICTED.
COL-LABORACIÓ AMB CENTRES FORMATIUS D'OFICINES PRÒPIES.	Col·laboració: 2 alumnes en pràctiques de graus d'universitats públiques i/o IES de mòduls de formació professional. 650 hores de pràctiques curriculars.
PLA DE FORMACIÓ XARXA TOURIST INFO	✓ 12 jornades formatives. ✓ 40 hores de formació. ✓ 1.087 participants entre tècnics i informadors de la xarxa.
SISTEMES INFORMACIÓ TURÍSTICA	✓ 3 grups de treball Xarxa Tourist info per al desenvolupament de la plataforma professional i continguts del portal comunitatvalenciana.com. ✓ Eina de gestió de la xarxa: <i>InfotouristAPI 2.0</i>.
PROJECTES D'INNOVACIÓ	✓ IV Premi a la Innovació en la Xarxa Tourist Info: ❖ Premi. Tourist Info Anna i Tourist Info Quesa. ❖ Accèssits: Tourist Info Dénia i Tourist Info Dénia-Consell. ✓ Punt Violeta Turístic: 7 edicions formatives i distribució de material gràfic en 4 idiomes. ✓ Digitalització de les oficines de la xarxa: ❖ Atenció digital multicanal del turista presencial. ❖ Nous mecanismes per a compartir informació en xarxa.