

AGÈNCIA VALENCIANA DEL TURISME

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

Formació



Excel·lència



Infraestructures



Empreses



Destinacions



Informació



Innovació



Promoció



Comercialització



Productes



PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016



**Francesc Colomer
Sánchez**

Secretari Autonòmic de
l'Agència Valenciana del Turisme

El **Pla Operatiu i de Màrqueting 2016 de l'Agència Valenciana del Turisme** constitueix el full de ruta que articula les actuacions de la Generalitat per a enfortir el desenvolupament i la promoció del sector turístic de la Comunitat Valenciana. Aquest document respon a un nou model de turisme centrat en la recuperació de l'essència del que som, enfront de l'estandardització i que aposta per singularitzar la nostra oferta a través de la cultura, el paisatge, el patrimoni i les festes de la Comunitat Valenciana.

Vull destacar, en relació a l'àmbit de comunicació i màrqueting, que l'Agència Valenciana del Turisme assistirà a un major nombre de fires en l'estranger i de contingut relacionat amb productes turístics i que reforçarem les accions promocionals mitjançant una nova campanya global de comunicació en la qual tindrà un major protagonisme els segments de turisme familiar, LGTB, sènior, inclusiu, gastronòmic i les rutes temàtiques vinculades amb la història de la Comunitat Valenciana.

Considerem que la clau per a millorar la competitivitat de la destinació Comunitat Valenciana està estretament lligada amb la intel·ligència turística i la gestió responsable, per la qual cosa hem destinat més recursos als projectes de Invat-tur en col·laboració amb les universitats de la Comunitat, així com al Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions (SICTED) en el qual ja participen 24 destinacions valencianes.

Volem comptar amb uns professionals que oferisquen els nivells màxims de qualitat, i amb aquest objectiu hem activat noves línies de treball en la Xarxa CdT, vinculades amb la dieta mediterrània i amb l'acceleració empresarial, la qual completarem amb un nou centre formatiu a l'interior de la Comunitat.

Amb l'objectiu de consolidar els productes turístics valencians, atorgar un major valor al paisatge, incorporar criteris de sostenibilitat i contribuir al reequilibri socioterritorial, en 2016 revisarem els documents d'estratègia turística de la Comunitat Valenciana i recolzarem les iniciatives que emprenga el sector en gestió sostenible, a través de noves línies de finançament i guardons.

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

CONTINGUTS

1.- PRESSUPOST 2016 PER ÀREES DE GESTIÓ

2.- COMUNICACIÓ, PROMOCIÓ I MÀRQUETING

3.- FORMACIÓ I ACCELERACIÓ EMPRESARIAL

4.- CONEIXEMENT I INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA

5.- MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

6.- PLANIFICACIÓ, ORDENACIÓ I INSPECCIÓ

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

1.- PRESSUPOST 2016 PER ÀREES DE GESTIÓ

ÀMBIT

	PRESSUPOST 2016	% VARIACIÓ 2016/2015
Coord. Administrativa i Infraestructures Turístiques	12.812.000 €	9,58
Màrqueting i Comunicació Turística	12.280.000 €	4,90
Coneixement i Intel·ligència Turística	6.996.000 €	98,81
Formació i Acceleració Empresarial	4.911.000 €	5,53
Subdirecció General de Turisme	1.076.000 €	2.052
T O T A L	38.075.000 €	20,41



PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

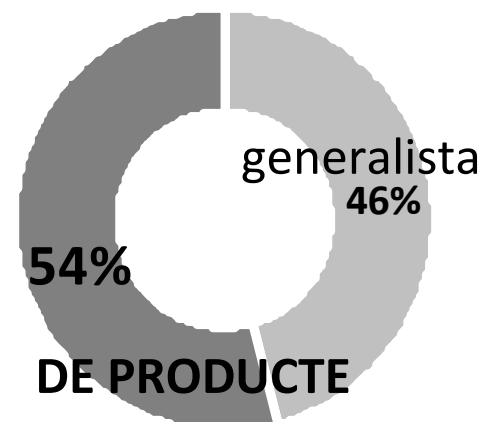
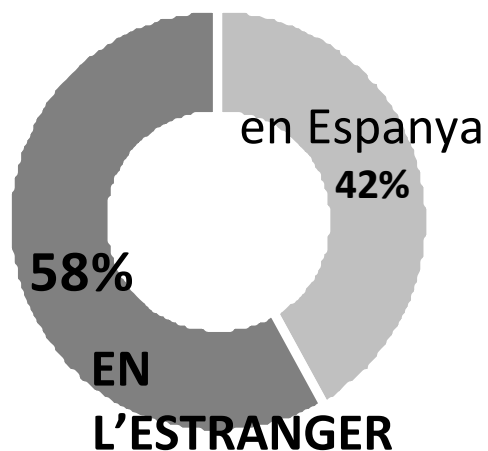
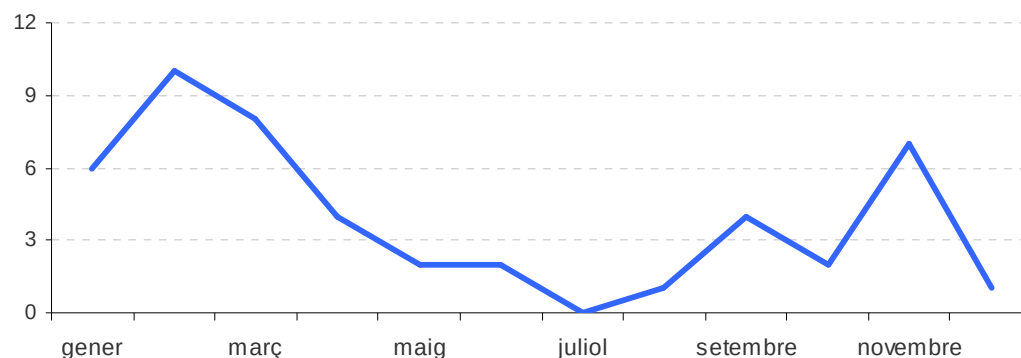
2.- COMUNICACIÓ, PROMOCIÓ I MÀRQUETING

FIRES 2016

DOTACIÓ: 2,2 milions €

48 fires

- 28 en l'estranger i 20 en Espanya
- 25 de **producte** i 23 generalistes
- El 52% tenen lloc en el **1r trimestre**



[Calendari assistència a fires
Comunitat Valenciana 2016](#)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

2.- COMUNICACIÓ, PROMOCIÓ I MÀRQUETING

FIRES 2016

En el 1r trimestre:

- 25 fires
- Major concentració de fires generalistes i internacionals (72% de les generalistes de 2016 i el 55% de les internacionals es concentren en el 1r trimestre).



[Calendari assistència a fires Comunitat Valenciana 2016](#)

GENER					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAÍS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
13-17	VAKANTIEBEURS	Utrecht	Holanda	Generalista	Stand Turespaña
15-17	REISELIV	Oslo	Noruega	Generalista	Stand propi
20-24	FITUR	Madrid	Espanya	Generalista	Stand propi
	FITUR LGBT			LGBT	Stand propi
21-24	MATKA	Hèlsinki	Finlàndia	Generalista	Stand Turespaña
23-25	HOLIDAY WORLD	Dubíln	Irlanda	Generalista	Stand Turespaña
25-27	MADRID FUSION	Madrid	Bèlgica	T. gastronòmic	Stand propi

FEBRER					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAÍS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
4-8	SALON DES VACANCES	Brusselles	Bèlgica	Generalista	Stand Turespaña
6-8	BALTTOUR	Riga	Letònia	Generalista	Stand Turespaña
10-14	F.R.E.E MÜNCHEN	Munich	Alemanya	Generalista	Stand Turespaña
11-14	LONDON BIKE SHOW	Londres	Regne Unit	Ciclisme, T. Actiu i esportiu	Visita d'inspecció
17-21	REISEN	Hamburg	Alemanya	Generalista	Stand Turespaña
20-21	DIVE TRAVEL SHOW	Madrid	Espanya	Busseig	Stand propi
26-28	NAVARTUR	Pamplona	Espanya	Generalista	Stand propi
26-28	FERIE FOR ALLE	Herning	Dinamarca	Generalista	Stand Turespaña
26-28	FIO - FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO ORNITOLÓGICO	Serradilla- Càceres	Espanya	T. ornitològic	Stand propi
27-28	FIETS EN WANDELBEURS	Anvers	Bèlgica	Ciclisme y senderisme	Stand Turespaña

MARÇ					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAÍS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
4-6	BICI&GO SALÓN DE LA BICICLETAS Y EL TURISMO ACTIVO	L'Hospitalet de Llobregat	Espanya	Ciclisme y T. actiu	Visita d'inspecció
4-6	SEVATUR	Sant Sebastià	Espanya	Generalista	Stand propi
9-13	ITB	Berlín	Alemanya	Generalista	Stand Turespaña
15-17	MADRID GOLF	Madrid	Espanya	Golf	Stand propi
17-20	SALON MONDIAL DU TOURISME (MAP)	París	França	Generalista	Stand Turespaña
18-20	BMT	Nàpols	Itàlia	Generalista	Stand Turespaña
22-23	MEDEX	París	França	MICE	Stand Turespaña
23-26	MITT	Moscou	Rússia	Generalista	Stand Turespaña

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

2.- COMUNICACIÓ, PROMOCIÓ I MÀRQUETING

FIRES 2016

D'abril a agost:

- 9 fires
- 5 de les quals són de producte:
 - 2 MICE
 - 1 Creuers
 - 1 Nàutic
 - 1 Ornitològic
 - 1 Connectivitat aèria

ABRIL					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAIS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
Per determinar	VALENCIA BOAT SHOW	València	Espanya	T. nàutic	Stand propi
15-17	B-TRAVEL	Barcelona	Espanya	Generalista	Stand propi
19-21	IMEX	Frankfurt	Alemanya	MICE	Stand Turespaña
23-26	ROUTES EUROPE	Cracovia	Polònia	Connectivitat aèria	Stand propi

MAIG					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAIS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
6-8	EXPOVACACIONES	Bilbao	Espanya	Generalista	Stand propi
13-15	ARATUR	Saragossa	Espanya	Generalista	Stand propi

JUNY					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAIS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
1-6 junio	CRUISE3SIXTY	Vancouver	Canadà	Creuers	Assistència amb agenda de reunions
15-17 junio	IBTM AMERICA	Nashville, TN	EUA	MICE	Assistència amb agenda de reunions

AGOST					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAIS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
19-21	BRITISH BIRDWATCHING FAIR	Rutland	Regne Unit	T. ornitològic	Stand amb SEO Birdlife –Turespaña



[Calendari assistència a fires
Comunitat Valenciana 2016](#)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

2.- COMUNICACIÓ, PROMOCIÓ I MÀRQUETING

FIRES 2016

Després de l'estiu:

- 14 fires
- 10 de les quals són de producte:
 - 3 Golf
 - 3 Cicloturisme
 - 2 MICE
 - 1 Esportiu
 - 1 Luxe



[Calendari assistència a fires
Comunitat Valenciana 2016](#)

SETEMBRE					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAÍS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
1-4	LADIES EUROPEAN GOLF OPEN	Helsingborg	Suècia	Golf	Stand Turespaña
8-11	KLM OPEN GOLF	Kennemer	Holanda	Golf	Stand Turespaña
		Zanvoort			
23-25	UNIBIKE	Madrid	Espanya	Actiu- ciclotuisme	Stand propi
Per determinar	IFTM TOP RESA	París	França	Generalista	Stand Turespaña

OCTUBRE					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAÍS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
18-20	IMEX AMÉRICA	Las Vegas, NE	EUA	MICE	Stand Turespaña
Per determinar	FIRA DE TOTS SANTS	Cocentaina-Alacant	Espanya	Multisectorial	Stand propi

NOVEMBRE					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAÍS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
6-8	VALENCIA BIKE'S (SALON DE LA BICICLETA DE VALENCIA)	València	Espanya	Cicloturisme	Stand propi
7-9	WTM	Londres	Regne Unit	Generalista	Espai singular stand Turespaña
14-17	INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET (IGTM)	Palma de Mallorca	Espanya	Golf	Stand propi
Per determinar	FERIA INTERNACIONAL DE LA BICICLETA, BIBE BIKE	Bilbao	Espanya	Cicloturisme	Stand propi
Per determinar	INTUR	Valladolid	Espanya	Generalista	Stand propi
29-1	IBTM WORLD	Barcelona	Espanya	MICE	Stand propi

DESEMBRE					
DATA	FIRA	CIUTAT	PAÍS	PRODUCTE	PARTICIPACIÓ
5-8	INTERNACIONAL LUXURY TRAVEL MARKET (ILTM)	Cannes	França	Luxe	Stand Turespaña
7-8	INTERNATIONAL SPORTS CONVENTION	Ginebra	Suïssa	T. esportiu	Stand propi

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

2.- COMUNICACIÓ, PROMOCIÓ I MÀRQUETING

PUBLICITAT I COMUNICACIÓ GLOBAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA

OBJECTIU: Induir més activitat turística

DOTACIÓ: 6,6 milions €



comunitatvalenciana.com

Actuacions en curs:



Campanya de publicitat (Fitur 2016)

Màrqueting col·laboratiu amb destinacions, associacions i institucions.



Estudi de posicionament de la marca



Pla Turisme Social



Campanya de Comunicació Global: Adjudicació prevista per a juny; a desenvolupar en 2 anys.



PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

2.- COMUNICACIÓ, PROMOCIÓ I MÀRQUETING

COMERCIALITZACIÓ, INFORMACIÓ I MÀRQUETING DE PRODUCTE TURÍSTIC

OBJECTIU: Atracció de nous fluxos turístics mitjançant productes singulars que reforcen la identitat de la Comunitat i contribuïsquen a la desestacionalització.

DOTACIÓ: 3,6 milions €

NOU!

Travel OpenApps: incorporació de tota l'oferta turística a la plataforma.

NOU!

Xarxa Tourist Info: noves ajudes per a la modernització de la xarxa. Obertura de noves oficines.

NOU!

Estratègia de Màrqueting Gastronòmic
Turisme accessible

NOU!

Avaluació de la potencialitat de rutes turístiques singulars i desenvolupament de plans d'acció: del Grial, dels Borja, Paleontològic.

Ruta de la Seda – Participació en Estratègia de la Comunitat Valenciana en la Ruta de la Seda 2016-2020. València, ciutat de la Seda 2016 (9-12 juny 2n encontre dels països de la Ruta de la Seda de la Unesco).



[Travel OpenApps](#)
[Xarxa Tourist Info](#)



PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

3.- FORMACIÓ I ACCELERACIÓ EMPRESARIAL

XARXA CDT

OBJECTIU: professionalització dels serveis turístics i foment de l'activitat empresarial

DOTACIÓ: 5 milions €



Programa formatiu de la xarxa CdT: formació ocupacional i contínua, presencial, online i per CdT Canal TV.

CdTJobs: portal d'ocupació turística de la Generalitat.



Reforç de la innovació a l'interior de la Comunitat: Nou Centre d'Innovació i Acceleració de PIMES de l'Interior de la Comunitat Valenciana (Morella).



Acceleració empresarial: Programa d'acceleració empresarial de PIMES turístiques.



Centre Internacional de la Dieta Mediterrània



[Red CdT](#)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

4.- CONEIXEMENT I INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA

INVESTIGACIÓ I INNOVACIÓ

OBJECTIU: Tecnificació de l'oferta turística en clau Destinació Intel·ligent, impuls a la investigació i la innovació en col·laboració amb les universitats valencianes

DOTACIÓ: prop d'1 milió de €

NOU!

Programa formatiu de INVAT·TUR: Tecnificació del sector turístic. Cuina tecnològica. Destinacions turístiques intel·ligents.

Investigació de mercats: Producció d'estadístiques i informes sobre l'evolució del sector turístic de la Comunitat.

Accions divulgatives en col·laboració amb Universitats:

- XVIII Fòrum Internacional de Turisme de Benidorm i Concurs d'Idees: Smart Beaches (20-21 octubre 2016) –UA.
- XIX Congrès Turisme Universitat i Empresa: Sostenibilitat en els models actuals de gestió turística (20-21 abril 2016) – UJI.
- Congrès Internacional d'Innovació, Governança i Economia Turística.



Invat.tur
[Estadístiques de Turisme](#)
[Papers](#)



PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

5.- MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

IMPULS A L'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA

OBJECTIU: Reconeixement a l'excel·lència en gestió d'empreses i destinacions turístiques

DOTACIÓ: prop d'1,5 milions de €

SICTED: 24 destinacions turístiques adherides.

Qualitur: Ajudes per a la millora dels serveis i la gestió.

II Premi Turisme Comunitat

Valenciana: Noves modalitats. Turisme responsable i sostenible.



[Qualitur](#)
[Premi Turisme Comunitat Valenciana](#)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

5.- MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

AJUDES A EMPRESES TURÍSTIQUES

OBJECTIU: Tecnificació de l'oferta turística i suport a iniciatives de turisme responsable i sostenible

DOTACIÓ: 1.130.000 €

Es duplica el pressupost de 2015

Projectes R+D+i

Turisme inclusiu

Racionalització del consum dels
recursos naturals



Turisme sostenible



[Ajudes a Empreses Turístiques](#)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

5.- MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

AJUDES A DESTINACIONS TURÍSTIQUES

OBJECTIU: valorització turística dels recursos i paisatges de les destinacions i suport a iniciatives de turisme responsable i sostenible

DOTACIÓ: 5,5 milions €
Més d'un 65% d'increment respecte a 2015



[Ajudes a Entitats Locals](#)

Programa 1. Adequació dels recursos

Equipament / creació productes / interpretació / mobilitat / accessibilitat / nucli urbà / maquinària neteja platges.

NOU!

Programa 2. Impuls al turisme sostenible

Eficiència energètica i hídrica / il·luminació / gestió de recursos hídrics / diagnòstics mediambientals.

NOU!

Programa 3. Impuls a l'excel·lència

Qualitat, gestió ambiental i accessibilitat en platges i Tourist Info.

NOU!

Programa 4. Millora de la senyalització

Indicativa o direccional de recursos turístics.

NOU!

Programa 5. Impuls a la imatge de les destinacions

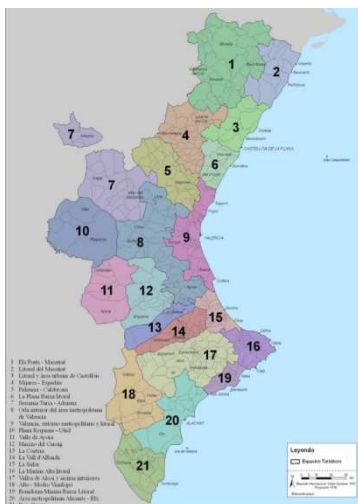
NOU!

Programa 6. Adequació de les instal·lacions T. Info

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

5.- MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

FEM DESTINACIÓ TURÍSTICA DES DEL TERRITORI I LA GENERACIÓ DE SINERGIES



OBJECTIU: Cohesió del territori i generació productes experiencials

DOTACIÓ: 1.000.000 €



Plans Territorials de Competitivitat

Objectiu: revaloració recursos / aplicació noves tecnologies / creació de nous productes turístics.

Beneficiaris: 10 mancomunitats que integren més de 100 municipis.

Duració: 3 anys.

Conveni entre administració local, Diputació provincial i l'Agència Valenciana del Turisme.

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

5.- MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

INVERSIÓ DIRECTA EN PLATGES

OBJECTIU: Convertir a les platges en signe d'identitat de la Comunitat i eina de diferenciació i competitivitat

DOTACIÓ: 2,5 milions €

Un 56% més de dotació que en l'any 2015



Passarel·les

Papereres i grups de recollida selectiva

NOU!

Eliminació/reparació d'equipament

obsolet: jocs; dutxes i rentapeus.

NOU!

Renovació d'estacions de bombament

NOU!

Creació d'espais singulars a les platges amb nou equipament

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

6.- PLANIFICACIÓ, ORDENACIÓ I INSPECCIÓ

MARC ESTRATÈGIC DE DESPLEGAMENT TURÍSTIC

OBJECTIU: Reforç dels components sostenibilitat i turisme responsable en els documents de planificació existents i foment de l'estratègia compartida.



Redacció del nou Llibre Blanc del Turisme de la Comunitat Valenciana.



Estratègia territorial: Revisió dels documents de planificació existents (Pla d'Espais Turístics i Pla Estratègic Global de Turisme)



Turisme responsable i ètic: Implementació del Codi Ètic Mundial de l'OMT en el sector turístic valencià.

MITJANÇANT LA COL·LABORACIÓ
DE LES UNIVERSITATS



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



UNIVERSITAT
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT
JAUME I



[Marc estratègic](#)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

6.- PLANIFICACIÓ, ORDENACIÓ I INSPECCIÓ

ADEQUACIÓ DEL MARC NORMATIU

OBJECTIU: Actualització de normativa



Festes: Ordre per a la tramitació electrònica



Llei: Inici de la tramitació de la Llei de Turisme, Oci i Hospitalitat de la Comunitat Valenciana.



Habitatges turístics: Nou Decret de regulació.



Distintius per a empreses turístiques: Ordre.



[Marc normatiu](#)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

6.- PLANIFICACIÓ, ORDENACIÓ I INSPECCIÓ

INTENSIFICACIÓ DE LA INSPECCIÓ TURÍSTICA

PLA D'INSPECCIÓ 2016

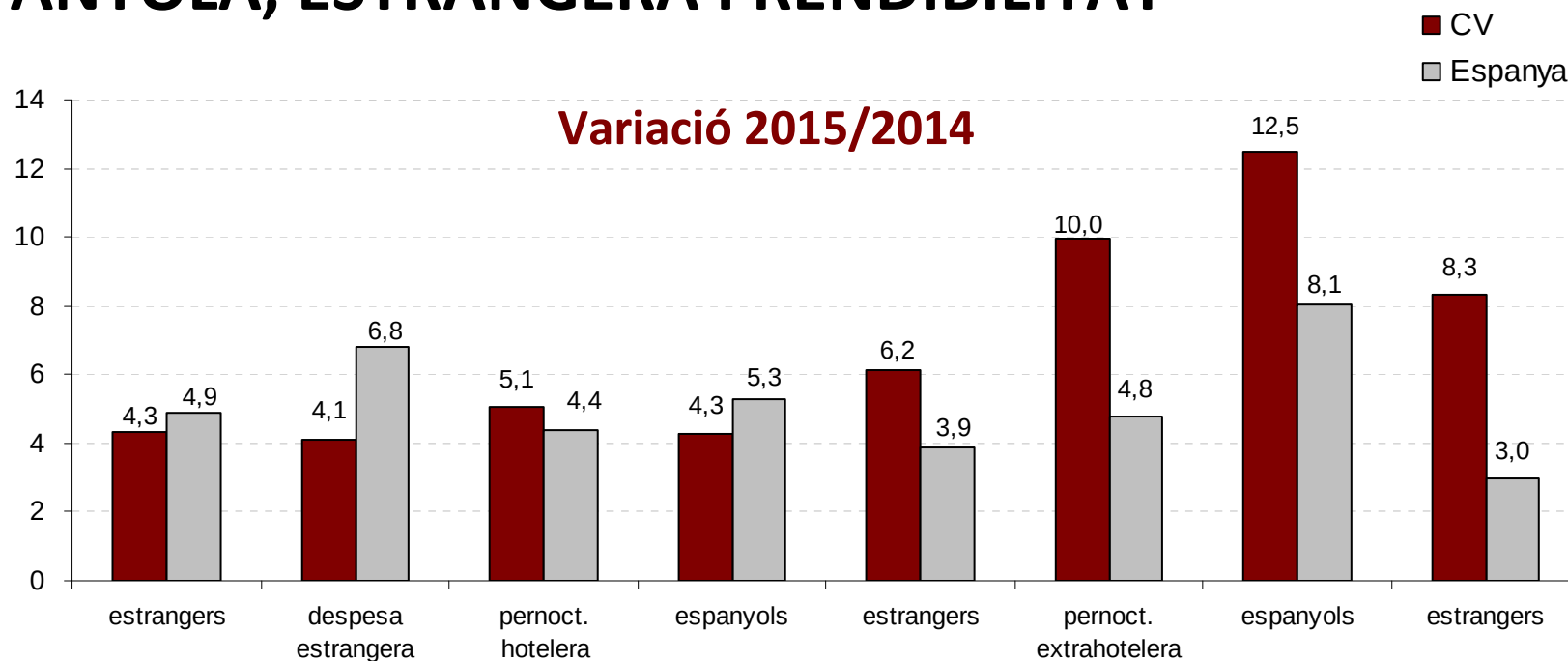
Fent incidència en la inspecció *online* i verificant la inscripció de l'oferta reglada en el Registre General d'empreses, establiments i professions turístiques.



PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

LA CV OBTÉ MILLORS RESULTATS QUE LA MITJANA NACIONAL EN DEMANDA ESPANYOLA, ESTRANGERA I RENDIBILITAT

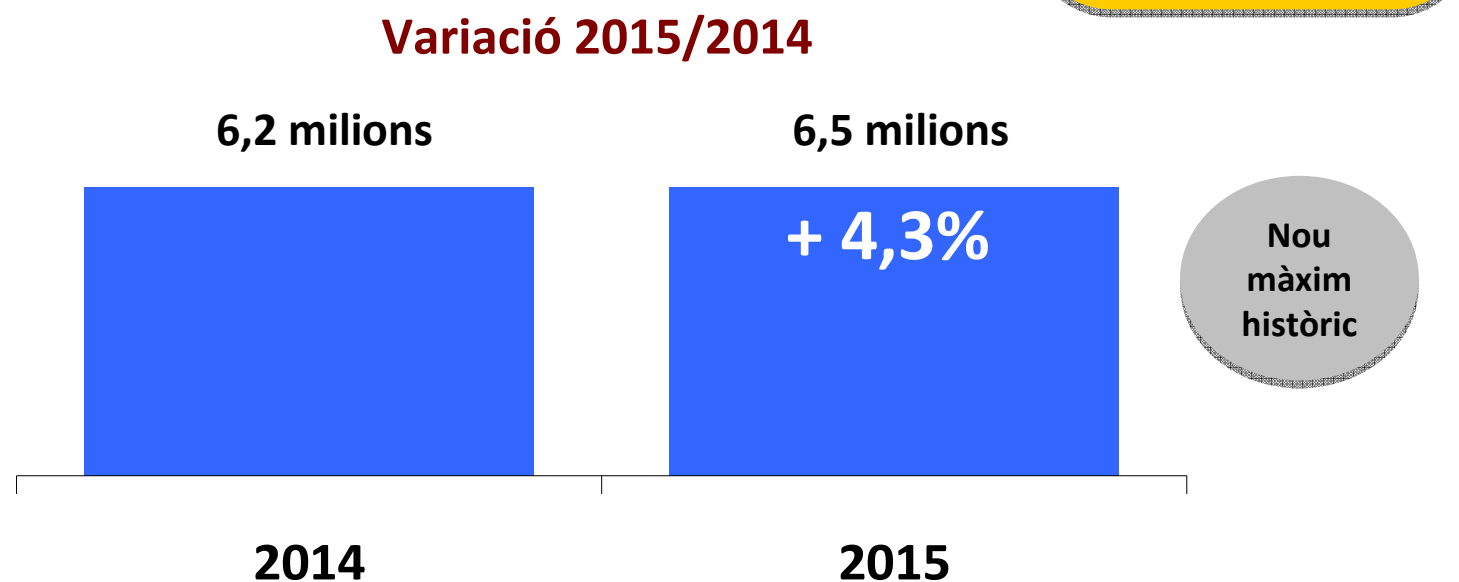


Elaboració pròpia a partir de les dades de Turespaña i INE

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

TURISME INTERNACIONAL EN LA CV EN TOT TIPUS D'ALLOTJAMENT



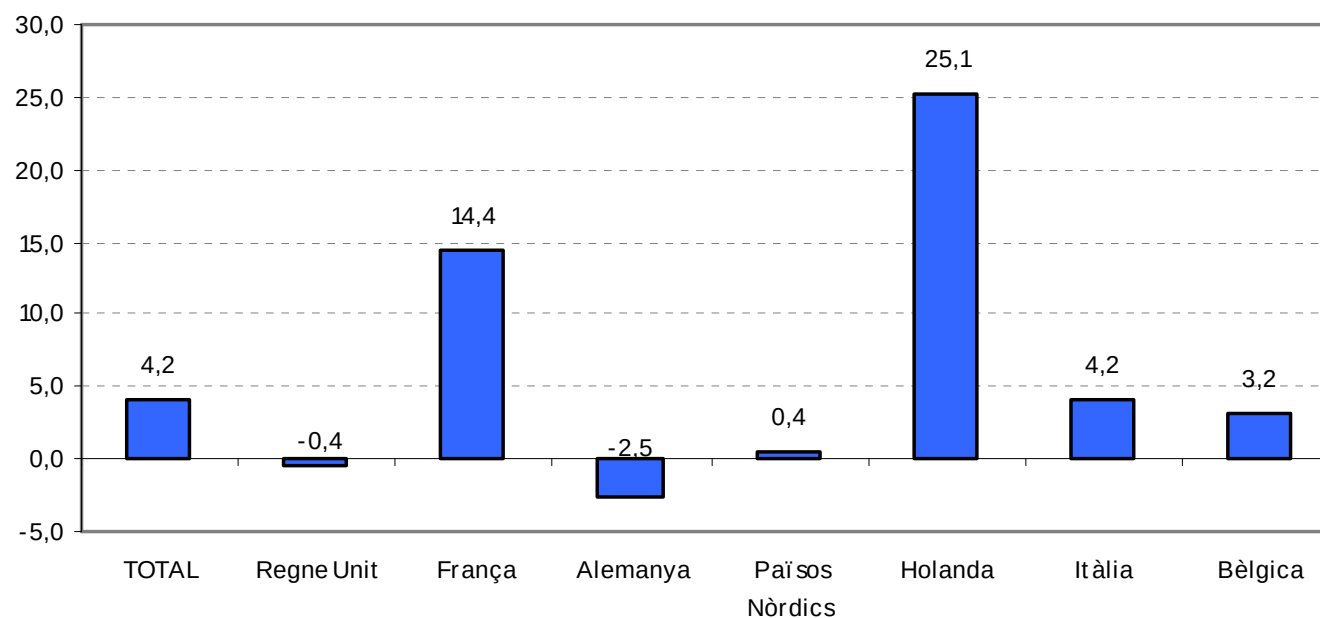
Elaboració pròpia a partir de les dades de Frontur (INE)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

EVOLUCIÓ PER MERCATS

Variació 2015 / 2014 (acumulat a setembre)



NOTA: En 2015 s'ha produït el transvasament de les operacions Frontur-Egatur des de Turespaña a l'INE, que ha anat acompanyat d'una sèrie de canvis metodològics. Així, a partir d'octubre s'inicia la nova sèrie de dades, que no és directament comparable i per a la qual es disposa de dades enllaçades únicament per al total de turistes amb destinació a la Comunitat Valenciana; raó per la qual per a l'anàlisi de variables desagregades es pren com a referència l'acumulat a setembre.

Elaboració pròpia a partir de les dades de Frontur (INE)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

DESPESA TOTAL DEL TURISME INTERNACIONAL

5.606 milions €

Variació 2015 / 2014

5.139 milions €

5.606 milions €

Nou
màxim
històric

+ 4,1%

2014

2015

Elaboració pròpia a partir de les dades de Egatur (INE)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

VIATGES A LA CV DELS ESPANYOLS EN TOT TIPUS D'ALLOTJAMENT

Previsió a desembre
16,5
Milions de viatges

2na destinació en nombre
de pernoctacions

Gen-set.	Viatges	Estada mitjana	Pernoctacions
Espanya	131.273.637	4,4	581.808.190
Andalusia	24.520.824	4,4	107.906.289
Catalunya	17.178.456	3,6	61.656.729
Comunitat Valenciana	13.427.936	5,5	74.357.743
Castella i Lleó	10.246.729	3,0	30.321.496
Madrid	12.199.192	4,0	48.319.058
Castella - La Manxa	8.779.351	3,3	28.724.886

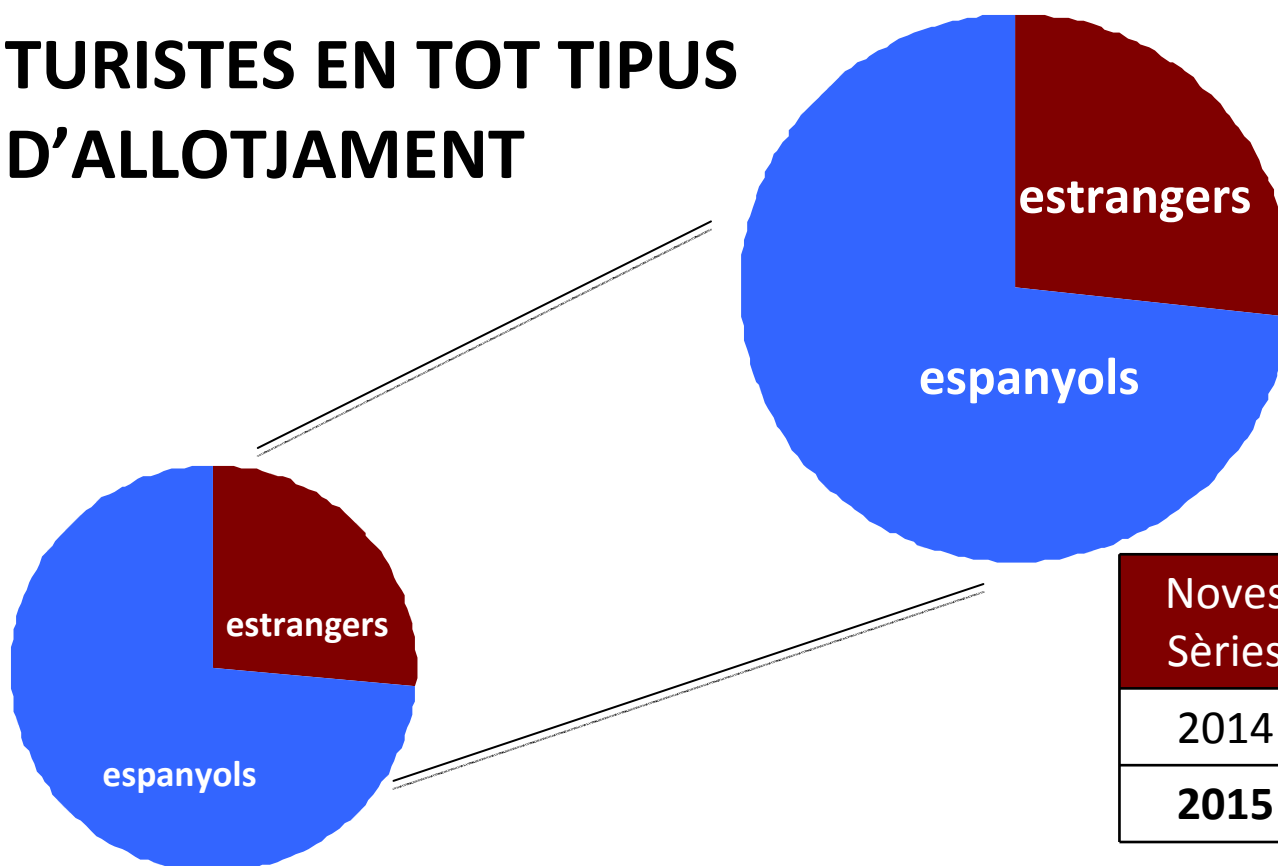
Elaboració pròpia a partir de les dades de la nova ETR (INE)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

**PROP DE 23 MILIONS DE
TURISTES EN TOT TIPUS
D'ALLOTJAMENT**

**Increment
interaunal
+ 6,1%**



Noves Sèries	Total Turistes	% variació
2014	21.655.881	-
2015	22.983.236	6,1

Elaboració pròpia a partir de les dades de Frontur i la nova ETR (INE)

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

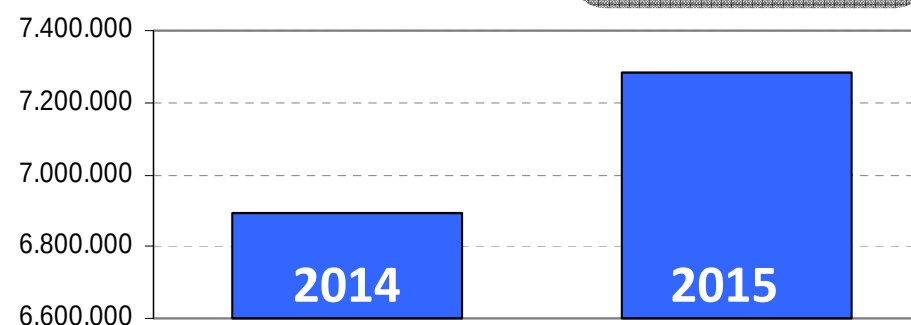
ESTABLIMENTS HOTELERS

	VIATGERS	PERNOCTACIONS
2014	7,3 milions	25,2 milions
2015	7,7 milions	26,5 milions
% var	6,1%	5,1%

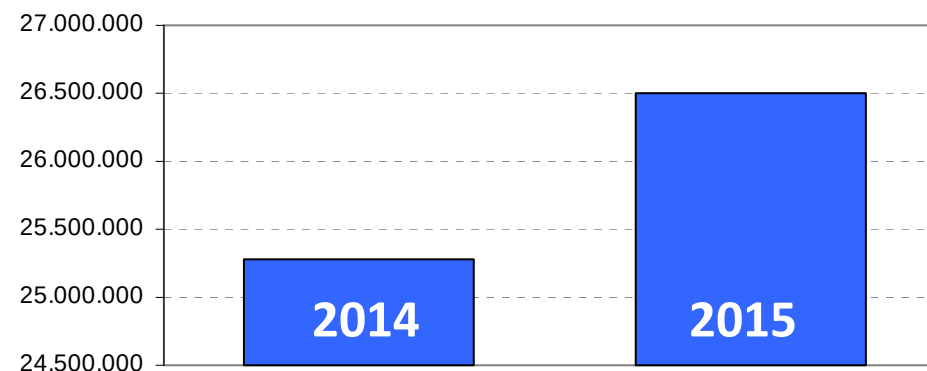
Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EOH (INE)

**Increment de la
RENDIBILITAT
10,5%**

Viatgers



Pernoctacions



PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

ESTABLIMENTS EXTRAHOTELERS

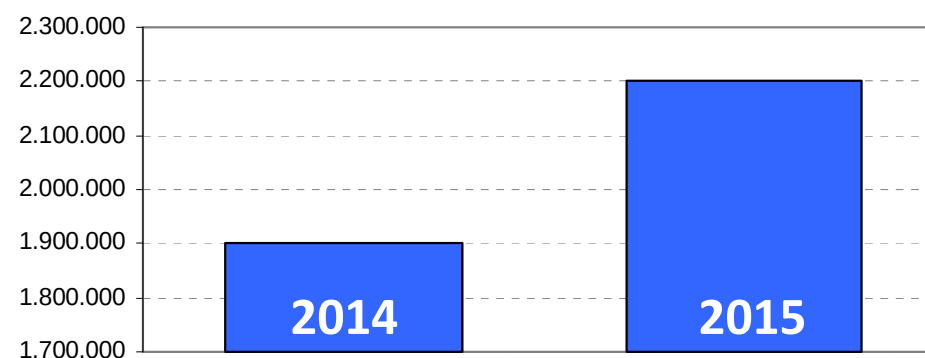
	VIATGERS	PERNOCTACIONS
2014	1,9 milions	14,9 milions
2015	2,2 milions	16,4 milions
% var	12,8%	10%

Elaboració pròpia a partir de les dades de l'EOAP, EOAT i EOTR (INE)

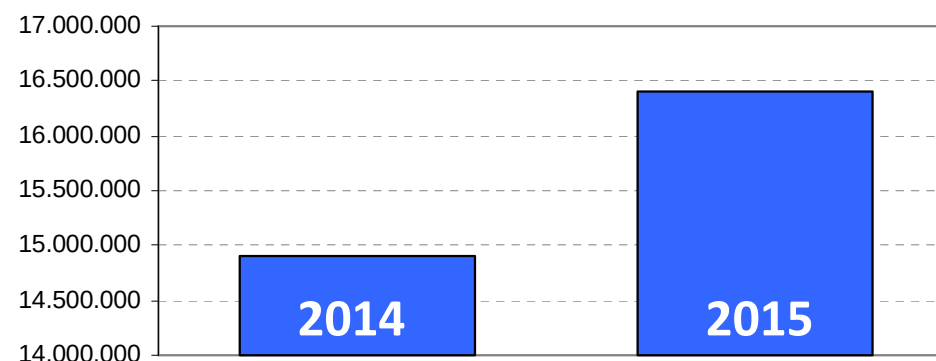


2015	PERNOCTACIONS	% VAR.
Alacant	10 millones	8,2%
Castelló	3,4 millones	10,6%
València	3 millones	15,7%

Viatgers



Pernoctacions

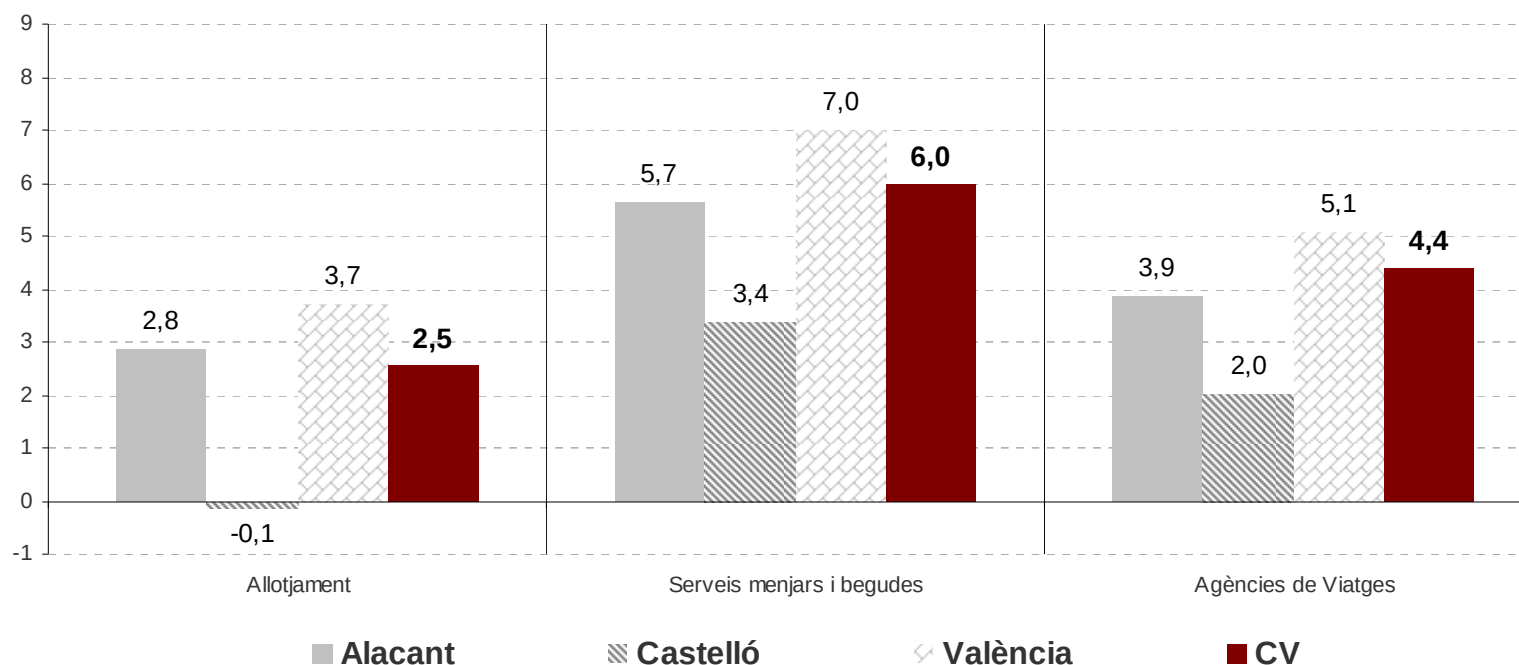


PLA OPERATIVO Y DE MARKETING 2016

ANNEX: BALANÇ DE L'ANY TURÍSTIC 2015

OCUPACIÓ TURÍSTICA

Evolució percentual 2015 d'afiliats segons subsectors i àmbit territorial



AGÈNCIA VALENCIANA DEL TURISME

PLA OPERATIU I DE MÀRQUETING 2016

Formació



Excel·lència



Infraestructures



Empreses



Destinacions



Informació



Innovació



Promoció



Comercialització



Productes

