
PLAN OPERATIVO DE MARKETING 2022



ÍNDICE

03 **Introducción**

07 **Objetivos**

08 **Estrategia de mercados**

14 **Calendario de Eventos Promocionales 2022**

21 **Estrategia de marketing online**

28 **Campaña de publicidad**

33 **Nuevos soportes de comunicación**

34 **Programa Creaturisme**

40 **Programa Red Tourist Info**

43 **Marketing colaborativo**

49 **Acciones para el Mercado Internacional**

INTRODUCCIÓN

TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA, UN MOTOR DE CRECIMIENTO DE Y CALIDAD DE VIDA

Desde hace décadas, el turismo de la Comunitat Valenciana ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos con una mayor proyección. **Esta dinámica positiva ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico de la región.**

El turismo de la Comunitat Valenciana es una actividad capaz de generar riqueza y empleo, traccionar de otros sectores y actividades, contribuir a la calidad de vida y al bienestar de la ciudadanía, y articular y desarrollar de forma sostenible el territorio. **De igual modo, el turismo ha demostrado su rol fundamental a la hora de mejorar la notoriedad e imagen de la Comunitat como una región atractiva,** tanto para el desarrollo de la actividad turística, como para la localización de inversiones y talento.

La Comunitat Valenciana es el tercer destino turístico de España en número de visitantes (de acuerdo con el INE), sólo por detrás de Andalucía y Cataluña. Entre los factores claves para su atractivo indiscutible es preciso citar unas características geográficas, climáticas y socioculturales únicas, además de unas magníficas infraestructuras y servicios de calidad.



**TURISMO DE LA
COMUNITAT
VALENCIANA, UN
MOTOR DE
CRECIMIENTO DE
PROYECCIÓN
IMPARABLE**

INTRODUCCIÓN

Todo ello suma para garantizar la captación de turistas año tras año, compitiendo con otros destinos emergentes, como Croacia, Turquía y los países del Norte de África.



En 2019 se marcaron cifras récord en recepción de turistas y gasto medio, confirmando la buena salud del sector turístico valenciano.

La última década ha estado marcada por los excelentes resultados del sector turístico de la Comunitat Valenciana, manifestado en una progresión positiva año tras año desde la recuperación de la crisis económica y financiera de 2008. Tras seis años de crecimiento sostenido de la actividad turística, la Comunitat Valenciana cerró 2019 con un máximo histórico en turismo internacional, con más de 9,5 millones de llegadas, y un gasto que alcanzó los 9.620,7 millones de euros, un 7,9 por ciento más que en 2018, según las encuestas publicadas por el INE de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur) y la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

Y, aunque esta magnífica proyección se ha visto truncada en 2020 como consecuencia de las restricciones de movilidad impuestas a raíz de la pandemia global desatada por la COVID-19, afectando al tejido turístico internacional en su conjunto; las cifras de 2021 avalan la senda de recuperación turística en la Comunitat. En 2021 la Comunitat recibió más de 4 millones de turistas extranjeros que desembolsaron 4.341 millones de euros, un 59% y un 76% más, respectivamente, en relación con 2020.

De igual modo, el turismo nacional y el consumo doméstico han contribuido a impulsar la recuperación durante el 2021, iniciando así un nuevo ciclo de tendencia alcista en el sector del que se augura una mayor aceleración a lo largo del presente año.

Este repunte de actividad turística en nuestros destinos ha tenido un impacto directo en la generación de empleo. De hecho, la media de afiliados a la Seguridad Social en las ramas de Hostelería y Agencias de Viaje hasta noviembre, estimada en 179.001, supone un crecimiento del 11% interanual. A partir del segundo trimestre de 2021, y coincidiendo con el fin del cierre perimetral en la Comunitat, el número de afiliados superó las cifras de 2020. Mientras que en el mes de octubre se logró superar los datos de 2019.



Estamos de vuelta. Los datos de 2021 inician el camino de una esperanzadora recuperación a todos los niveles, que se profundizará en 2022.



INTRODUCCIÓN

**EL TURISMO DE LA
COMUNITAT
VALENCIANA, UN
MOTOR DE
CRECIMIENTO DE
PROYECCIÓN
IMPARABLE**

Todas estas cifras de crecimiento y madurez del sector turístico de la región, tanto en las que hacen referencia a los récords marcados en 2019 como a la rápida recuperación postpandémica, refuerzan el papel estratégico del turismo como sector productivo de la economía regional. De hecho, es tal su impacto que el turismo representa en la Comunitat Valenciana el 15,9% del empleo y un 15,5% del PIB.

La importancia de este sector, que ha dado una lección de compromiso y solidaridad para resistir a dos años especialmente complejos, demuestra que las administraciones públicas debemos aunar esfuerzos e implementar mejoras para garantizar la sostenibilidad del modelo, **fomentando un negocio turístico estable que se mantenga los 365 días al año y redunde en mayor calidad de vida y bienestar para la sociedad valenciana.**



El turismo es un sector estratégico en la región que supone el 15,5% del PIB y que precisa de una planificación y coordinación a gran escala por parte de las instituciones públicas y privadas.

Ante este escenario que estamos viviendo, el Gobierno Valenciano, **consciente del rol trascendental que juega la iniciativa pública en el sector turístico**, pero también del papel de los agentes privados, ha visto necesario articular un **plan de choque a gran escala para sostener a las empresas e impulsar el turismo**. En este sentido se han puesto en marcha diferentes acciones:

- **Continuidad del Programa Bono Viaje Comunitat Valenciana, que durante los primeros meses del año ha inyectado al sector más de 4,6 millones de euros** a través de las cerca de 8.000 reservas registradas con 20.000 pernoctaciones; y cuyo objeto es continuar estimulando la demanda de proximidad facilitando, a través de ayudas directas, que las personas mayores de edad y empadronadas en la Comunitat Valenciana realicen viajes turísticos.
- **Turisme Comunitat Valenciana destina en 2022 un total de 6.300.000 euros a través de la nueva convocatoria de ayudas** dirigidas a la mejora de la competitividad de los servicios y productos turísticos de la autonomía, así como a empresas, asociaciones, federaciones y fundaciones de las tres provincias.
- **Colaboración público-privada en materia de marketing. La Comunitat Valenciana contribuirá con 9.438.000 euros a través de 61 convenios de marketing colaborativo.** Estos convenios responden al compromiso de la Generalitat de mantener el apoyo a las actuaciones de promoción desarrolladas por las diferentes asociaciones, destinos y entidades turísticas, contribuyendo económicamente en la realización de actuaciones para el desarrollo de acciones de promoción y comercialización de paquetes turísticos de la Comunitat Valenciana.



INTRODUCCIÓN

- **Planes de dinamización y gobernanza de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.** Se trata de una iniciativa en colaboración con las diputaciones provinciales, otras administraciones locales y entes privados. Su finalidad es la innovación, modernización, fomento y consolidación de los productos turísticos valencianos basados en el territorio, atendiendo a criterios de mejora de la competitividad, la sostenibilidad y el reequilibrio socio territorial.
- **Fondos Next Generation** para incrementar las inversiones públicas y acometer reformas que doten de mayor competitividad el sector turístico de la Comunitat Valenciana y por consiguiente contribuyan a la recuperación de la economía y el empleo.

Este Plan Operativo y de Marketing 2022 parte de una clara apuesta por la calidad, la innovación y la diferenciación, promoviendo líneas de actuación claves en la mejora de la digitalización y de un modelo turístico basado en la sostenibilidad, y en el desarrollo de una estrategia 360°. Todo ello queda reflejado en destacados programas y presupuestos para el año 2022.

La mejora de la situación sanitaria con el descenso de contagios y el consecuente levantamiento de restricciones en la Comunitat, unido al atractivo de nuestra oferta y a una política europea que favorece la movilidad, auguran la vuelta al dinamismo en el sector.

La necesidad de ofrecer productos y experiencias nuevas que se adapten a las necesidades del turista actual nos obliga a posicionar en el mercado un amplio portfolio de oferta turística singular y experiencial para poder ser disfrutada durante todo el año, destacando la riqueza cultural, natural, gastronómica, deportiva y de hospitalidad y excelencia en el servicio de una Comunitat volcada al visitante. **Siempre, con el lema de ofrecer al cliente un “Mediterráneo en Vivo”.**



Tenemos un Plan. Y no uno cualquiera. Queremos llevar al sector turístico de la Comunitat Valenciana a los niveles de récord de 2019 y más allá. Lo haremos con un modelo sostenible, innovador y transversal, adaptado a una nueva realidad.

OBJETIVOS

**UN DECÁLOGO PARA
RELANZAR EL SECTOR
TURÍSTICO
VALENCIANO.
UN DECÁLOGO PARA
MIRAR AL FUTURO
SOBRE BASES
ESTRATÉGICAS DE
CRECIMIENTO**

1. La **diversificación de la demanda**.
2. **Incrementar la rentabilidad del sector** con un mayor gasto turístico por visitante.
3. La **reapertura de establecimientos que han estado cerrados**, recuperando así toda la disponibilidad de la oferta hotelera.
4. **Posicionar la marca Comunitat Valenciana** como destino con una oferta experiencial y sostenible.
5. **Adecuar y adaptar la estrategia** a los distintos escenarios, productos y mercados para mantener su eficacia en un entorno cambiante.
6. **Analizar continuamente los datos de evolución de la demanda** internacional, la situación de los mercados emisores y las proyecciones vinculadas al post Covid-19.
7. **Maximizar los esfuerzos de coordinación** con los destinos, colectivos empresariales y actores institucionales.
8. **Reforzar la hospitalidad** como valor competitivo y diferencial de la Comunitat Valenciana.
9. **Conectar los intereses y motivaciones de la demanda** a las particularidades de la oferta turística de la Comunitat Valenciana.
10. **Aumentar los beneficios sociales** derivados del turismo, impulsando de manera indirecta el empleo y el negocio.

ESTRATEGIA DE MERCADOS

UNA RELACIÓN ABIERTA AL MUNDO

La Comunitat Valenciana es una de las CCAA más importantes en recepción de turistas. Se trata del **tercer destino turístico de España** en número de viajeros y de pernoctaciones, teniendo en cuenta tanto el turismo nacional como el extranjero.

El turismo que recibe la Comunitat Valenciana tiene un marcado carácter nacional, evidenciado particularmente durante el pasado año, cuando **el 97,9% de los viajes fueron de residentes del país**, lo que se traduce en un 278% más respecto a 2020. Esta confianza del turismo nacional en los atractivos de la Comunitat ha amortiguado la caída de la demanda internacional propiciada por la paralización del turismo a nivel global.

De hecho, a pesar de la pandemia, en 2021 el ranking de turistas nacionales llegados a la Comunitat Valenciana lo han seguido encabezando los residentes de la Comunitat y Madrid, seguidos de Castilla la Mancha y Cataluña, en una tendencia similar a la de 2019.



El turismo nacional al rescate. Los visitantes de otras regiones de España han paliado las restricciones de movilidad de los dos últimos años, manifestando el interés de la Comunitat entre los turistas de nuestro país.





ESTRATEGIA DE MERCADOS

UNA RELACIÓN ABIERTA AL MUNDO

Se prevé que la demanda interna seguirá siendo este año y el próximo el principal soporte del crecimiento en la Comunitat, por ello, el mercado nacional y el autonómico son mercados prioritarios en los que se busca transmitir una imagen de cercanía, diversidad de oferta y seguridad.

En cuanto a la demanda internacional, Europa es el emisor turístico mundial por excelencia para la Comunitat Valenciana. Gran parte del volumen de negocio turístico en temporada baja viene de turistas extranjeros.

La Comunitat recibió en 2021 más de cuatro millones de turistas extranjeros que desembolsaron 4.341 millones de euros. Reino Unido encabezaba el ranking de emisores extranjeros a la Comunitat Valenciana en 2019, sin embargo, las repercusiones de la pandemia y del Brexit, han situado a **Francia como el primer mercado internacional para la Comunitat Valenciana en 2020 y 2021, seguido por Reino Unido**. Por tanto, durante el 2022 se van a mantener las acciones de promoción tanto con los mercados con conexiones aéreas, como con los mercados cercanos que permiten, además, una conexión accesible por carretera, ya que han consolidado un turismo internacional creciente.

El impacto de la crisis sanitaria mundial se está haciendo evidente, ya que se espera que hasta 2023 el crecimiento del turismo europeo se mantenga por debajo de los niveles de 2019, tal y como ha manifestado el Parlamento Europeo. La incertidumbre por la evolución de la pandemia sigue dominando, y esto, sumado al conflicto bélico desatado recientemente en el este del continente, hacen que la capacidad de adaptación de la estrategia turística de la Comunitat Valenciana sea clave.

En este sentido, la Comunitat Valenciana va a seguir trabajando en los aspectos diferenciales que la caracterizan para diversificar la demanda. Y para ello, se reactiva la promoción internacional: **Turisme Comunitat Valenciana recupera este año su calendario de ferias y actividades promocionales**. De este modo, Turisme participará, junto con las diferentes marcas de las tres provincias, en más de 40 ferias generales del sector y especializadas en producto, en más de una docena de países diferentes.



Francia, Reino Unido y Alemania son los mercados más importantes en la recepción de visitantes internacionales.



Promoción NonStop. Más de 40 ferias en 12 países para llevar un trocito de la riqueza y el atractivo de la Comunitat Valenciana a los principales foros turísticos del mundo.



ESTRATEGIA DE MERCADOS

UNA RELACIÓN
ABIERTA AL MUNDO

La estrategia de mercados se centra en el mercado nacional y en los principales mercados emisores de la Unión Europea, además de en Reino Unido, tanto por la situación sanitaria y económica global, como porque estos suponen cerca de un 95% de la demanda.

Lo cual no significa que se dejen de realizar algunas actuaciones en mercados como el estadounidense o ciertos mercados asiáticos, como China, a la espera de que la situación permita reactivar la demanda desde los mismos.

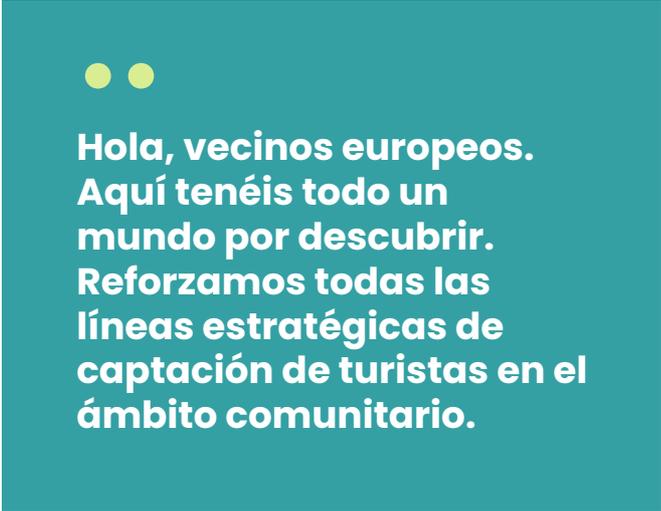
La Comunitat Valenciana ha seguido y sigue trabajando para mantener el posicionamiento en los mercados emisores tanto nacionales como internacionales y ha diseñado un conjunto de actuaciones y estrategias flexibles para poder desplegar una respuesta rápida.

Partiendo de esta base y de la importancia de ser una ayuda a la comercialización de destinos y empresas, se han diseñado las siguientes actuaciones.

> MERCADO NACIONAL Y AUTONÓMICO

- **Participar en las mayores ferias y encuentros turísticos**, tanto genéricas, como FITUR, B-TRAVEL, NAVARTUR, EXPOVACACIONES., etc., como en ferias especializadas de producto: turismo activo, cicloturismo, náutico, MICE...
- **La realización o participación en workshops de comercialización de la oferta turística.**
- La realización de **marketing en entorno on line, en especial en RRSS** con actualización constante de la información y propuestas tanto de viaje como experienciales.
- La realización de **campañas publicitarias en medios on y offline y principales OTAS** de mercados emisores.
- El mantenimiento de **contactos y reuniones con TTOO, LLAA y OTAS** para analizar la evolución del mercado y realizar posibles actuaciones de promoción.

> MERCADOS EUROPEOS



Hola, vecinos europeos. Aquí tenéis todo un mundo por descubrir. Reforzamos todas las líneas estratégicas de captación de turistas en el ámbito comunitario.

Las actuaciones en los principales mercados emisores europeos son uno de los ejes vertebradores del actual Plan Operativo. Con el objetivo de continuar con la senda de recuperación manifestada en 2021, **se reforzarán las acciones de promoción en mercados prioritarios como Alemania, Reino Unido y Francia, así como en otros países de gran interés como Países Bajos, Bélgica, Italia, Portugal y Países Escandinavos.**

Se distribuyen en los siguientes ejes:

- Participación en las mayores **ferias y certámenes turísticos** genéricos de cada mercado y de algunos de los **productos con mayor demanda en cada mercado** (golf en Escandinavia, cicloturismo en Bélgica y Países Bajos, turismo ornitológico en Reino Unido, entre otros).



ESTRATEGIA DE MERCADOS

UNA RELACIÓN
ABIERTA AL MUNDO

- Impulso y coordinación del **Plan Operativo Anual 2022 con Turespaña** y Marcas Turísticas
 - **Workshops en diversos países europeos.**
 - **Presentaciones de destino y/o producto** a TTOO, OTAS y asociaciones sectoriales de los principales mercados
 - Realización de **press y fam trips especialmente centradas en productos** que puedan ayudar a impulsar la demanda como turismo activo, familiar, urbano, cultural, deportivo o MICE.
 - Participación en **roadshows** con agentes de estos mercados.
 - Realización de **jornadas monitor de mercado** dirigidas al sector.
 - Realización y seguimiento de una **estrategia de marketing online específica en mercados internacionales**, SEM, SEO, marketing en RRSS, con versiones en inglés, francés y alemán.
 - Realización de **campañas publicitarias y de promoción** en medios, con OTAS y otros agentes turísticos.
 - Informes de **situación y evolución de los principales mercados**, tanto a través de procedimientos de escucha activa y estudio de big data como por contacto e interlocución con las OETS, TTOO, LLAAs y OTAS para seguimiento de la evolución del mercado y estudio de líneas de actuación.
- ## > MERCADOS LEJANOS
- Los ejes de actuación se centrarán sobre todo en los mayores mercados emisores potenciales: China y EEUU.
- Implementación de una **estrategia de marketing online específica para el mercado chino**, puesta en marcha a través de webs específicas y una estrategia social media propia para el mercado.
 - Realización de **actuaciones promocionales y de comunicación de turismo cultural, MICE y turismo gastronómico en el mercado de EEUU.**
 - **Actuaciones especiales para estos mercados a través del Plan Operativo Anual en colaboración con Turespaña y los destinos de la Comunitat Valenciana.**



ESTRATEGIA DE MERCADOS

UNA RELACIÓN ABIERTA AL MUNDO

Como miembro de la IGLTA (International Gay and Lesbian Travel Association), principal organización global dedicada al turismo LGBTQ+, la Comunitat Valenciana se encuentra posicionada como un destino atractivo y amigable para este segmento turístico.

En este sentido, se continúa avanzando s para hacer de la región un destino preferente dentro del turismo LGBTQ+. Fruto de la colaboración con administraciones locales y provinciales y con diferentes asociaciones, Valencia será la sede de los Gay Games 2026, un evento de proyección internacional que atraerá a miles de turistas de diferentes partes del mundo.

Asimismo, en 2022, además de haber sido expositores en FITUR LGBTQ+ con un stand de 18 m2 y haber destinado un espacio en el stand principal de la Comunitat Valenciana en FITUR, se participará en los Orgullos de Valencia y Madrid y con un punto de información en el de Barcelona. Por otro lado, en colaboración con Turespaña, se participará en las celebraciones de los Christopher Street Day en Colonia, Hamburgo y Berlín, equivalentes a los Días del Orgullo en Alemania.



• •
Turisme Comunitat Valenciana, y su clara apuesta por el mercado LGTBI+



ESTRATEGIA DE MERCADOS

UNA RELACIÓN
ABIERTA AL MUNDO



Plan MICE, objetivo 365 días de turismo activo

Turisme Comunitat Valenciana tiene previsto llevar a cabo durante 2022 un Plan de Promoción de la Comunitat Valenciana como destino de turismo MICE (PLAN MICE) en España y los principales mercados europeos. El objetivo es impulsar el turismo MICE como un sector que contribuye notablemente tanto a la desestacionalización, como al incremento del gasto medio por turista, dos de los objetivos estratégicos de la política turística de la Comunitat.

El Plan MICE, acordado con los Convention Bureaux y las principales asociaciones del sector, incluye un total de 15 actuaciones promocionales específicamente destinadas al MICE y destinadas al mercado nacional y a los principales mercados europeos.

Está prevista la elaboración de una guía MICE de la Comunitat Valenciana que recogerá y presentará de manera conjunta la oferta del sector, la actualización del apartado destinado al MICE dentro de la web promocional de Turisme, y la celebración de jornadas de networking.

Se participará con espacios propios en algunas de las principales ferias y eventos MICE de 2022, como las ferias IMEX de Frankfurt, o IBTM WORLD, en Barcelona. Además, hay eventos como el Iberian Mice Forum que tendrá lugar en Benidorm o el encuentro con operadores MICE franceses en València. En colaboración con Turespaña y los diversos convention bureaux se prevé la realización de viajes de familiarización de operadores MICE de mercados como el holandés, británico o francés y la participación en roadshows y encuentros con operadores MICE en mercados como el alemán o el italiano.

CALENDARIO DE EVENTOS PROMOCIONALES 2022

ENERO

| FERIA/EVENTO | CIUDAD Y PAÍS DE CELEBRACIÓN | MERCADO | PRODUCTO | FECHAS | FORMA DE PARTICIPACIÓN |
|----------------------------|------------------------------|----------|-------------------------|------------------------------|----------------------------|
| FITUR | Madrid (España) | Nacional | Turismo | 19 – 23 | Presencial Stand propio |
| FITUR SCREEN - CINE | Madrid (España) | Nacional | Turismo Cinematográfico | 19 – 23 | Presencial Stand propio |
| FITUR LGBTIQ+ | Madrid (España) | Nacional | Turismo LGBTIQ+ | 19-23 | Presencial Stand propio |
| GOLFMESSE ZURICH | Zúrich (Suiza) | Suizo | Golf | 27 – 30 EDICIÓN CANCELADA | Presencial Stand Turespaña |

FEBRERO

| | | | | | |
|-----------------|-------------------|----------|---------|---------|--------------|
| NAVARTUR | Pamplona (España) | Nacional | Turismo | 25 - 27 | Stand propio |
|-----------------|-------------------|----------|---------|---------|--------------|

MARZO

| | | | | | |
|---|--------------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------|--|
| BIME | Bogotá (Colombia) | Internacional Multimercado | Música | Por determinar | Posible participación en edición virtual |
| UTAZAS | Budapest (Hungría) | Húngaro | Turismo | 3-6 | Presencial Stand Turespaña |
| BUSINESS MEETING MERCADO FRANCÉS | València (España) | Francés | MICE | 6-8 | Presencial Stand propio |
| FERIA DEL CICLOTURISMO | Milán (Italia) | Italiano | Cicloturismo | 12-13 | Presencial Stand propio |
| MITT | Moscú (Rusia) | Ruso | Turismo | 15 - 17 | CANCELADA participación de Turespaña y de TCV |
| IAGTO Connect | Londres (Reino Unido) | Internacional Multimercado | Golf | 22 - 24 | Evento virtual |
| SALON DES VACANCES | Bruselas (Bélgica) | Belga | Turismo | 24 - 27 | Presencial Stand Turespaña |
| MADRID FUSIÓN | Madrid (España) | Nacional | Turismo gastronómico | 28 - 30 | Presencial Stand propio |
| National Golf Week | París (Francia) | Francés | Golf | 31 - 2 abril | Presencial Stand propio |

ABRIL

| | | | | | |
|---|-----------------------------|-----------|---------|--------|-------------------------|
| B-TRAVEL B-DELICIOUS | Barcelona (España) | Nacional | Turismo | 1-3 | Presencial Stand propio |
| Travel Trade Show | Dublín y Cork (Irlanda) | Irlandés | Turismo | 6y7 | Presencial Stand propio |
| DIVE SHOW | Birmingham (Reino Unido) | Británico | Buceo | 9 - 10 | Presencial |
| | | | | | Stand propio |
| WORKSHOP MICE- CREATURISME | València (España) | Nacional | MICE | 27 | Presencial |

MAYO

| | | | | | |
|--------------------------------|-------------------------|-------------------------------------|---------|--------------|----------------------------|
| WORKSHOP PAÍS VASCO | S. Sebastián/ Bilbao | Nacional | Turismo | 4y5 | Presencial |
| EXPOVACACIONES | Bilbao (España) | Nacional | Turismo | 6-8 | Presencial Stand propio |
| ARATUR | Zaragoza (España) | Nacional | Turismo | 13 - 15 | Presencial Stand propio |
| IMEX FRANKFURT | Frankfurt (Alemania) | Internacional al Multimercado | MICE | 31 - 2 junio | Presencial Stand Turespaña |

JUNIO

| | | | | | |
|---------------------------|---------------------------|-----------|---------|------|----------------------------|
| WORKSHOP PORTUGAL | Oporto (Portugal) | Portugués | Turismo | 1 | Presencial |
| TUREXPO GALICIA | Silleda, Galicia (España) | Nacional | Turismo | 2-5 | Presencial Stand Propio |
| SCANDINAVIAN MIXED | Halmstad (Suecia) | Sueco | Golf | 9-12 | Presencial Stand Turespaña |

JULIO

| | | | | | |
|------------------------|--------------------------------|-----------|----------------------|---------|-------------------------|
| GLOBAL BIRDFAIR | Oakham – Rutland (Reino Unido) | Británico | Turismo ornitológico | 15 – 17 | Presencial Stand Propio |
|------------------------|--------------------------------|-----------|----------------------|---------|-------------------------|

SEPTIEMBRE

| | | | | | |
|-------------------------------|----------------------------|----------|----------------------|-------------------------------------|----------------------------|
| FALSTERBO BIRD SHOW | Falsterbo (Suecia) | Sueco | Turismo ornitológico | Por determinar (a principio de mes) | Presencial Stand propio |
| ITALIAN OPEN | Roma (Italia) | Italiano | Golf | 15 – 18 | Presencial Stand propio |
| IFTM TOP RESA | París (Francia) | Francés | Turismo | 20-23 | Presencial Stand Turespaña |
| DELTA BIRDING FESTIVAL | Delta de l'Ebre | Nacional | Turismo ornitológico | 23-25 | Presencial |
| | (España) | | | | Stand propio |
| NATURCYL | Montaña Palentina (España) | Nacional | Ecoturismo | Por determinar | Presencial stand propio |

OCTUBRE

| | | | | | |
|--|----------------------|-----------------------------------|-------------------|------------------|----------------------------|
| MOSTRA DE TURISME | València (España) | Nacional | Turismo | 15 - 16 | Presencial Stand propio |
| INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET (IGTM) | Roma (Italia) | Internacional Multimerca do | Golf | 17-20 | Presencial Stand propio |
| IBERIAN MICE FORUM | Benidorm (España) | Nacional/ Europeo | MICE | 18 - 20 | Presencial. Stand propio |
| FRANKFURTER BUCHMESSE | Frankfurt (Alemania) | Internacional Multimerca do | Turismo cultural | 19 - 23 | Presencial Stand Turespaña |
| VALENCIA BOAT SHOW | València (España) | Nacional | Náutica | Por determinar | Presencial Stand propio |
| BIME PRO | Bilbao (España) | Nacional | Música/Festivales | Por determinar | Presencial Stand propio |
| FIRA DE TOTS SANTS | Cocentaina (España) | Nacional | Turismo | 29 oct. – 1 nov. | Stand propio |

NOVIEMBRE

| | | | | | |
|--|-----------------------|-------------------------------|--------------|----------------|-------------------------|
| WORLD TRAVEL MARKET | Londres (Reino Unido) | Internacional Multimercado | Turismo | 7-9 | Presencial Stand propio |
| GASTRÓNOMA | València (España) | Nacional | Gastronomía | Por determinar | Presencial Stand propio |
| VALENCIA BIKE'S (SALÓN DE LA BICICLETA DE VALÈNCIA) | València (España) | Nacional | Cicloturismo | Por determinar | Presencial Stand propio |
| INTUR | Valladolid (España) | Nacional | Turismo | 17 – 20 | Presencial Stand propio |
| IBTM WORLD | Barcelona (España) | Internacional Multimercado | MICE | 29 - 1 | Presencial Stand propio |

ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE

EL TURISMO CAMBIA. NOSOTROS CAMBIAMOS CON ÉL

En la Comunitat Valenciana estamos convencidos de que el **marketing online debe evolucionar de forma constante para adaptarse a un ecosistema siempre cambiante** y a los nuevos patrones de consumo de los consumidores.

Hace años que el marketing digital es un elemento esencial de promoción, pero la pandemia ha acelerado algunas tendencias y ha generado nuevas transformaciones en las necesidades de los consumidores y en la forma de relacionarse con ellos. Por todo ello, la Comunitat Valenciana ha impulsado una nueva estrategia de marketing online con el objetivo de posicionar, diferenciar y potenciar la Comunitat como destino turístico.



El Marketing Online como vector para viralizar el auténtico Mediterráneo en Vivo. Utilizamos el mundo digital para impactar de forma transversal a diferentes públicos.

ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE

EL TURISMO CAMBIA.
NOSOTROS CAMBIAMOS CON ÉL

comunitatvalenciana.com

Este proyecto cuenta con un presupuesto de 2.358.000 € e incluye un plan general de marketing acompañado de un plan de medición, comunicación y participación de eventos. Es un proyecto de ámbito nacional e internacional, e incluía dos grandes mercados lejanos como Rusia y China, pero que dado el escenario bélico de principios de año ha tenido que ser modificado para adaptarse a las nuevas circunstancias.

El punto fuerte de esta nueva estrategia se encuentra en la parte de publicidad digital y SEM, que englobará la publicidad en operadores y agencias de viaje online, las redes sociales viajeras y los metabuscadores turísticos, mediante la publicidad display. Asimismo, este eje de la estrategia también se encargará de la campaña de publicidad en redes sociales, SEM y RBT.

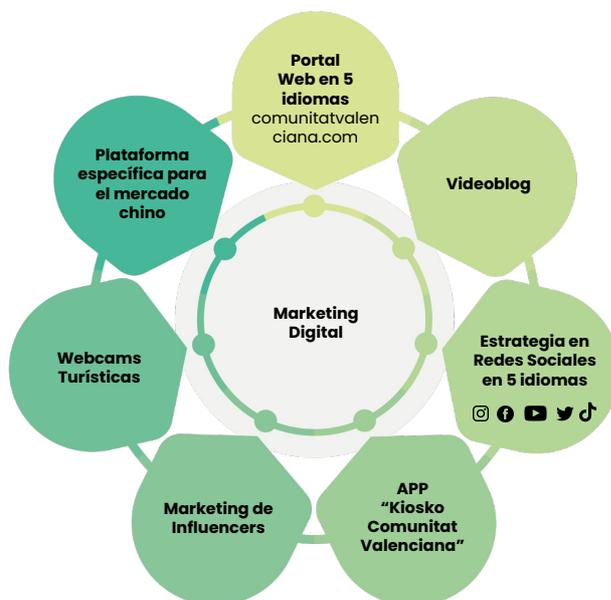
De este modo, se hibridarán en ella los mundo offline y online para alcanzar un mayor alcance del mensaje, una mayor relevancia e impacto en las audiencias y una coherencia a la hora de trasladar el mensaje multicanal y multiformato.

Dada la incertidumbre de la evolución del sector turístico, la Comunitat Valenciana ha planificado las campañas de marketing online para los diferentes escenarios que se puedan dar con la evolución de la vacunación, la apertura de fronteras y la activación del sector.

MARKETING DIGITAL

Desarrollo de una potente estrategia de marketing online, nacional e internacional, que persigue reforzar el posicionamiento de la Comunitat Valenciana y su oferta en el entorno digital a través de las siguientes líneas de actuación:

- Acciones de marketing de contenidos, incluyendo la gestión y administración del portal turístico www.comunitatvalenciana.com, **estrategia en redes sociales**, así como el diseño y la ejecución de acciones de **publicidad digital en sitios web de viajes, redes sociales, OTAs**, etc.
- Creación de la APP 'Kiosko Comunitat Valenciana', una apuesta por facilitar el acceso móvil de los usuarios a los contenidos generados en la web.



Multicanal. Multiformato. Multidisciplinar. Una comunicación adaptada a cada soporte para llegar a cada perfil de visitante de forma personalizada y efectiva.

ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE

EL TURISMO CAMBIA.
NOSOTROS CAMBIAMOS CON ÉL

comunitatvalenciana.com

- Desarrollo de acciones de marketing de influencers. Se han coordinado 5 visitas con prescriptores digitales procedentes de Alemania, Francia y Reino Unido con el objetivo de visibilizar las bondades del destino entre públicos de gran interés.
- Desarrollo de una estrategia de redes sociales en 5 idiomas en las principales plataformas (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok y Youtube), con más de 2.700 publicaciones y claro componente interactivo para brindar una experiencia inmersiva al usuario. Esta estrategia se reforzará con campañas especiales en fechas destacadas, como puentes y escapadas, vacaciones de verano, etc.)
- Marketing online específico para mercado chino. Creación de página web en servidor y dominio chino, posicionamiento SEO y SEM y creación de cuentas y dinamización en RRSS en dominio chino.
- A través de las 42 campañas de Email marketing se ha puesto el foco en el mantenimiento y la segmentación de la base de datos y en la creación de boletines turísticos mensuales.



► PORTAL TURÍSTICO COMUNITAT VALENCIANA

Uno de los ejes del portal web es **maximizar la gestión y evolución del nuevo portal turístico** de la Comunitat www.comunitatvalenciana.com con un diseño renovado y una nueva interfaz modernizada para mejorar la experiencia del visitante. Plantaremos un estilo muy visual, más intuitivo y fácil de usar para que el turista encuentre cómodamente toda la información que necesita, brindando la posibilidad de realizar un recorrido por todo el territorio, la oferta y los recursos turísticos de la Comunitat Valenciana a través de vídeos de gran calidad.

Un Portal para unir todos los reclamos de la Comunitat Valenciana, de forma fácil y sugerente.

ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE

EL TURISMO CAMBIA. NOSOTROS CAMBIAMOS CON ÉL

comunitatvalenciana.com

Este nuevo portal turístico permite relacionarse con el cliente de manera aún más efectiva si cabe, atraer la demanda y amoldarse a una nueva manera de “consumir turismo”, gracias a su buena adaptación a los diferentes dispositivos portátiles y móviles más usados.

La estrategia de contenidos, se centra en la administración y dinamización del escaparate turístico, así como en el mantenimiento de una agenda cultural que incluirá eventos de toda la Comunitat Valenciana. De igual modo,

Como novedad planteada para el presente año, **se ha lanzado una sección específica de Videoblog con el objetivo de transmitir una imagen positiva de la región que redunde en el destino, el sector, y las empresas participantes, a partir de la generación de vídeos de interés.** Dentro de las temáticas de este videoblog, destacan; Actividades y planes, Arte y cultura, Fiestas y eventos, Gastronomía, LGTB+, Naturaleza y sostenibilidad, y Turismo accesible e inclusivo. Se producen vídeos para los cinco idiomas del portal y se organizan por provincias.

Datos de la sección Videoblog

| IDIOMA | Nº VÍDEOS PUBLICADOS | VISITAS A LOS VÍDEOS | SESIONES WEB VIDEOBLOG | USUARIOS |
|------------|----------------------|----------------------|------------------------|----------|
| Español | 65 | 9.282 | 15.220 | 12.312 |
| Valenciano | 13 | 96 | 440 | 300 |
| Inglés | 8 | 481 | 1.295 | 1.119 |
| Francés | 8 | 260 | 669 | 570 |
| Alemán | 8 | 429 | 862 | 706 |



MARKETING DE CONTENIDOS

Contenidos generados en el portal turístico (propuestas de viaje, páginas de destino, fichas de recurso, noticias y otros contenidos):

684 contenidos, 3.420 urls.

Videoblog turístico:
192 vídeos.

Agenda de eventos:
936 eventos, 4.680 urls.



REDES SOCIALES E INFLUENCERS

Redes sociales:
2.733 publicaciones en redes sociales.

Influencers: **5 colaboraciones**



EMAIL MARKETING Y BASES DE DATOS

42 boletines.



SEM Y PUBLICIDAD DIGITAL

OTAS nacionales: **6.**
OTAS internacionales: **4.**
Redes sociales viajeras y metabuscadores: **4.**



DIFUSIÓN

Notas de prensa: 12

Impresiones OTAS 12 meses: **73.013.744 impresiones**

PLAN OPERATIVO DE MARKETING 2022

ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE

EL TURISMO CAMBIA.
NOSOTROS CAMBIAMOS CON ÉL

comunitatvalenciana.com

> PLATAFORMA PROFESIONAL

Desde sus inicios, el portal permite la gestión de la información turística a terceros, las oficinas de la Red Tourist Info, y durante el 2021 se ha estado desarrollando la herramienta para que los titulares de las empresas turísticas puedan administrar los datos de sus propias empresas, su publicidad y lanzamiento se realizará por fases durante el 2022. Esto va a permitir que la información que se ofrece a los usuarios del portal sea más veraz y actualizada.

La **Enciclopedia de Contenidos**, herramienta que permite el almacenamiento centralizado y la distribución de los elementos multimedia al SGIDCV y a terceros, sigue creciendo, convirtiéndose en un gran repositorio de recursos multimedia, imágenes, vídeos... que son el activo más importante de un portal turístico como este.

Finalmente, el portal Turístico se ha consolidado como el repositorio centralizado de recursos turísticos de la Comunitat Valenciana, gracias a la sincronización con diversas bases de datos, como las de Experiencias de la Comunitat Valenciana o del Registro Oficial de Empresas, el portal turístico se ha convertido en el escaparate del turismo de la Comunitat Valenciana.

> DATOS BOLETÍN DE SUSCRIPTORES

| IDIOMA | Nº SUSCRIPTORES (31/12/2021) |
|----------------------|------------------------------|
| Español | 12.150 |
| Bono Viaje (Español) | 24.802 |
| Inglés | 1871 |
| Francés | 615 |
| Alemán | 571 |
| Valenciano | 374 |
| TOTAL | 40.383 |

El portal turístico www.comunitatvalenciana.com recibió en 2021 algo más de 3,6 millones de visitas de más de 1.400.000 usuarios procedentes principalmente de España (77,94%) y de los mercados emisores más consolidados para la Comunitat Valenciana, como son Francia (4,02%), Reino Unido (2,99%), Alemania (4,23%), Bélgica (1,44%) y Holanda (1,17%); si bien cabe destacar que las visitas al portal desde Estados Unidos (1,53%) continúan un año más por delante de Bélgica y Holanda. Las visitas procedieron de 212 países distintos.

Durante el 2021 ha seguido aumentando el uso de los dispositivos móviles frente al ordenador, siendo el dispositivo móvil el medio más utilizado para acceder al portal en la actualidad. Móvil 65,77%, Desktop 30,06% y Tablet 4,16.

ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE

EL TURISMO CAMBIA.
NOSOTROS CAMBIAMOS CON ÉL

comunitatvalenciana.com

► PORTAL ACCESIBLE

En lo que se refiere al portal turístico www.comunitatvalenciana.com podemos hablar de accesibilidad desde dos puntos de vista.

1. **Accesibilidad de la propia web.** En la actualidad se está trabajando para que en breve se vuelvan a cumplir con los requisitos AA.
2. **Contenidos relacionados.**
 - Apartado Turismo Accesible e Inclusivo. Sección del portal en el que se introduce el turismo accesible en la Comunitat Valenciana y se incluyen las Rutas de Turismo Accesible de COCEMFE.
 - Publicaciones. En estos momentos existen disponibles para la consulta y descarga dos publicaciones en lo que se refiere a accesibilidad: Rutas turísticas inclusivas, y Destino accesible.
 - Videoblog. Mediterráneo en Acción. Se incluyen hasta tres contenidos accesibles con filtro desde el buscador.
 - Otros contenidos. En el portal, además de lo detallado anteriormente, existen numerosos contenidos relacionados con la accesibilidad, desde Experiencias, a contenidos Inspírate.



ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE

EL TURISMO CAMBIA.
NOSOTROS CAMBIAMOS CON ÉL

comunitatvalenciana.com

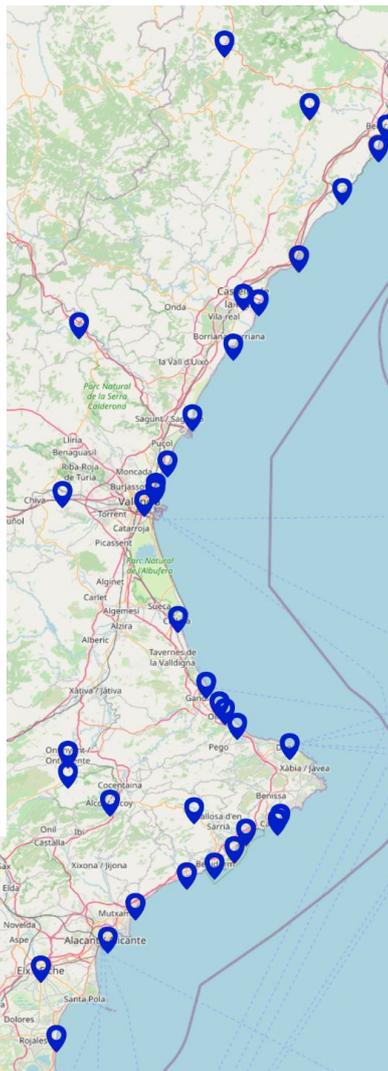
RED DE WEBCAMS TURÍSTICAS

TURISMO EN VIVO

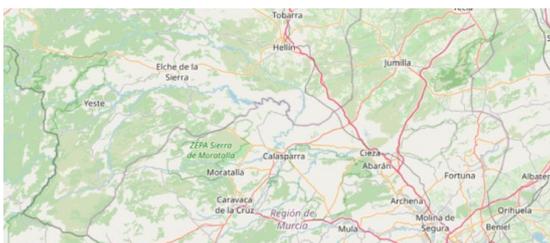
Turisme Comunitat Valenciana pone a disposición, a través su Portal Turístico www.comunitatvalenciana.com, **imágenes en directo** de las principales ubicaciones de interés turístico, gracias a su **Red de Webcams compuesta por 76 dispositivos**. En el año 2021 se rebasó ampliamente el **millón doscientas mil visitas** durante el año, constituyendo más del 33% del total de las visitas del portal.

En estos momentos se está trabajando en dos líneas para la mejora del servicio.

- Mejora de las infraestructuras. Que implica tanto la renovación de equipos antiguos, como la mejora de las líneas de conexión telefónica.
- Nuevas ubicaciones. Traslado de algunos de los equipos a ubicaciones con mejores prestaciones, tanto técnicas como de atractivo visual y turístico.



- ADEMUZ Ademuz
- ALBORAYA PLAYA DE LA PATACONA Alboraya/Alboraya
- ALCOI / ALCOY Alcoi / Alcoy
- ALTEA MARÍTIMO Altea
- BENICARLÓ Benicarló
- ALBORAYA - PORT SAPLAYA Alboraya / Alboraya
- ALCALÀ DE XIVERT / ALCOSSEBRE Alcalà de Xivert / Alcossebre
- ALCANTÉ PUERTO Alacant / Alicante
- ALTEA PORTET DE L'OLLA Altea
- BENICÀSSIM (VELA) Benicàssim / Benicasim
- BENISSA Benissa
- BORRIOL Borriol
- CASTILLO CULLERA Cullera
- CANET D'EN BERENGUER Carnet d' En Berenguer
- BENIDORM PLAYA DE LEVANTE Benidorm
- BOCAIRENT Bocairent
- BURRIANA Burriana / Burriana
- CALP PLAYA DE LA FOSSA Calp
- CASTELLÓ DE LA PLANA Castelló de la Plana
- DÉNIA PUERTO Dénia
- EL CASTELL DE GUADALEST El Castell de Guadalest
- ELX / ELCHE Elx / Elche
- GANDIA Gandia
- CHESTE CIRCUITO Cheste
- EL CAMPELLO El Campello
- EL GRAO DE CASTELLÓN Castelló de la Plana
- FORCALL Forcall
- GUARDAMAR DEL SEGURA Guardamar del Segura
- JARDÍN DEL TURIA València
- L'ALFÀS DEL PI L'Alfàs del Pi
- LA VILA JOIOSA La Vila Joiosa / Villajoyosa
- OLIVA NOVA Oliva
- HOTEL SH VILLA GADEA Altea
- JÉRICA Jérica
- LA POBLA DE FARNALS La Pobla de Farnals
- MORELLA Morella
- OLIVA PUERTO Oliva
- ORIHUELA CENTRO Orihuela
- ORPESA - OROPESA DEL MAR Orpesa/Oropesa del Mar
- PILAR DE LA HORADADA Pilar de la Horadada
- REQUENA Requena
- ONTINYENT PLAZA MAYOR Ontinyent
- ORIHUELA GOLF Orihuela
- PEÑISCOLA Peñíscola/Peñíscola
- PILES Piles
- SANT MATEU Sant Mateu
- SEGOBRE Segorbe
- VALENCIA EL SALER València
- VILLAHERMOSA DEL RÍO Villahermosa del Río
- XÀBIA PORT Xàbia / Jávea
- SANTA POLA GRAN PLAYA (VELA) Santa Pola
- TORREBLANCA Torreblanca
- VALENCIA PLAYA LAS ARENAS (HOSTAL MIRAMAR) València
- WEBCAM VINARÓS Vinaròs
- XÀTIVA Xàtiva



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

UNA NUEVA FORMA
CREATIVA DE PROMOCIONAR
EL TURISMO DE LA
COMUNITAT VALENCIANA



*320 días de sol.
365 de playa.
Quien lo ha vivido lo sabe*

La propuesta de la nueva campaña de publicidad de la Comunitat Valenciana es una visión a través del poeta y dramaturgo Lope de Vega, que vivió en Valencia y que describió el amor pasional en unos versos de los que, por qué no, puede establecerse un paralelismo con las sensaciones derivadas de descubrir en la Comunitat Valenciana.

Un puente temporal que conecta las emociones que transmite el poeta con las experiencias que puede vivir el viajero en su visita a la Comunitat Valenciana. Porque, como expresa el claim de campaña, "Quien lo ha vivido lo sabe".

La campaña ha sido producida y emitida en medios de comunicación nacionales, autonómicos, e internacionales. Y para ello se han producido numerosas piezas para TV, RRSS, gráficas para medios impresos, cuñas de radio o piezas para publicidad en portales online, en los que se muestran los diversos productos en línea con la estrategia turística impulsada desde Turisme Comunitat Valenciana.



**Quien lo ha vivido,
lo sabe. Y si aún
no lo has hecho,
todo esto te está
esperando.**



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

UNA NUEVA FORMA CREATIVA DE PROMOCIONAR EL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Además de la gastronomía y el enoturismo, el Mediterráneo Interior y Natural, el turismo activo y deportivo, y el turismo Cultural, los cuatro grandes ejes de producto de la Comunitat Valenciana, la campaña tendrá piezas de otros productos y también de segmentos como el turismo joven, el familiar o el LGBTI.

Asimismo, **esta campaña se adapta a las diferentes temporadas estacionales con spots, gráficas y cuñas de radio que promueven los viajes a lo largo de todo el año.**

Una campaña en la que se plasma la vertebración territorial de la Comunitat Valenciana, de norte a sur y del interior a la costa, desde Benidorm como el destino turístico más importante de la Comunitat, hasta pequeños pueblos que conservan las tradiciones y nuestro pasado y que son también parte del gran atractivo turístico que presentan nuestras tres provincias.

La campaña se establece en dos fases, una primera con el lanzamiento de esta creatividad que evolucionará con nuevas piezas en este ejercicio. En total el desarrollo de la creatividad y todas sus múltiples piezas tiene un importe de 560.000 euros más IVA.

En esta segunda fase, durante el 2022, se pretende evolucionar la campaña haciendo uso del formato poema, mientras continuamos transmitiendo nuestro mensaje con un enfoque más actual.

Pero esta vez, será con la ayuda de aquellas personas que han vivido la experiencia de visitar la Comunitat, y que nos han dejado su opinión. Es decir, **se creará un poema a partir de las reseñas de los miles de turistas que han disfrutado de la Comunitat Valenciana, y en las que cuentan sus experiencias personales y cómo han disfrutado de distintas actividades.**

Se tomarán las *reviews* de mayor interés, en las que se destacarán diferentes puntos clave de nuestra tierra, y, **a partir de ellas, se creará un poema, que correrá a cargo del rapero Arkano, en una clara apuesta por acceder a un público más joven, con una imagen moderna y desenfadada.**



Una campaña fresca y rompedora, con la que llegaremos a un público joven a través del magnetismo de Arkano, rapero y uno de los mayores influencers de España



Cedemos la palabra. Serán los visitantes de la Comunitat Valenciana los encargados de descifrar en verso nuestra región.

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

UNA NUEVA FORMA CREATIVA DE PROMOCIONAR EL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Durante los primeros meses del 2022 se han realizado adaptaciones de la campaña con aplicaciones en los principales medios de comunicación nacionales e internacionales. En el medio televisivo, se han realizado en enero y febrero: 2.175 pases de los spots de campaña a nivel nacional -que han generado 499 GRPs nacionales- y 2.614 pases en el ámbito Comunitat valenciana -que han supuesto 1.732 GRPs autonómicos-.

A partir del mes de marzo y abril la campaña se intensifica para cubrir los periodos vacacionales de las fiestas de marzo (Fallas, Magdalena) así como la campaña de Semana Santa. Entre las acciones, se incluye la realización de un formato televisivo de branded content para el programa MasterChef, grabado en Valencia y con emisión prevista en Mayo. Asimismo, se incluirán salidas exteriores en los principales programas de radios autonómicos de turismo.



Disfruta de la naturaleza siendo parte de ella.
Quien lo ha vivido lo sabe

Mar a la vista!
Quien lo ha vivido lo sabe



Mediterráneo EN VIVO Y SEGURO
COMUNITAT VALENCIANA



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

UNA NUEVA FORMA CREATIVA DE PROMOCIONAR EL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

> CAMPAÑA DE PUBLICIDAD NACIONAL Y AUTONÓMICA

La campaña de publicidad turística de la Comunitat Valenciana “Quien lo ha vivido lo sabe” se emite en medios de comunicación nacionales y de la Comunitat Valenciana, prensa y revistas, radio, medios de información online, cines, soportes de publicidad exterior y por supuesto en TV, tanto de ámbito nacional como en las autonómicas, así como en Àpunt y otras cadenas regionales y locales de la Comunitat Valenciana.



Que nadie en España se quede sin vivir la experiencia de un Mediterráneo sin filtros.

Esta campaña tiene un presupuesto total de 5.000.000 de euros + IVA.

Las campañas de publicidad nacional buscan, además del impacto masivo de los medios generalistas, un impacto preciso a través de medios especializados en turismo y en productos turísticos más concretos, como el turismo activo y deportivo, el birdwatching, el turismo gastronómico y enológico, así como en medios especializados en turismo cultural.

> CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL

Además, la campaña de publicidad turística de la Comunitat Valenciana “Quien lo ha vivido lo sabe”, también tiene una difusión internacional, con un presupuesto de licitación del concurso público de 3,4 millones de euros + IVA.



Que nadie en el mundo se quede sin vivir el privilegio de disfrutar del Mediterráneo más auténtico.

La campaña se emite en los principales mercados emisores de turistas a la Comunitat, principalmente de Europa, y con un refuerzo especial en Reino Unido, Francia y Alemania. Además, podrá verse en Italia, Países Bajos, Bélgica, países nórdicos, Portugal, Polonia y Hungría. También se realizarán acciones de TV paneuropea que ampliarán el número de países europeos en los que se emitirá la campaña. Además de estos mercados habrá acciones en China y la costa este de EEUU.

> CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

Con el objetivo de visibilizar la marca de Turisme Comunitat Valenciana y las actuaciones que el organismo lleva a cabo, se desarrollarán cinco campañas de Publicidad Institucional para informar de los valores de marca y programas de actuación en materia de excelencia y sostenibilidad turística, digitalización e inteligencia turística, formación, hospitalidad y acciones especiales durante los ejercicios 2022-2023.



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

UNA NUEVA FORMA CREATIVA DE PROMOCIONAR EL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Publicidad Nacional y Autonómica

Turisme Comunitat Valenciana articula en la actualidad dos campañas de Publicidad turística, una de ámbito nacional y autonómico y otra de ámbito nacional.

Los mercados objetivos de estas dos campañas son, por una parte, los mercados nacionales emisores de turistas a la Comunitat Valenciana: Madrid, Cataluña, Castilla-La Mancha, País Vasco, Aragón, Navarra, etc., y los turistas de la propia Comunitat Valenciana.

Acciones en medios singulares como la colaboración con el programa Masterchef de TVE, programas de las principales emisoras realizados en la Comunitat Valenciana o colaboración con la Maratón de Valencia con la imagen de destinos y productos turísticos en cada punto kilométrico.

Principales Soportes

TV: Mediaset, Atresmedia, ÀPunt, Newix Media (autonómicas), Pulsa y TV3.

Radio: SER, Cadena Dial, Los40, Cope, Cadena 100, Onda Cero, EuropaFM.

Medios Gráficos: Principales diarios nacionales y de la Comunitat Valenciana. EL País, EL Mundo, ABC, La Vanguardia, EL Periódico, La Razón, Levante-EMV, Las Provincias, Información, Mediterráneo...

Publicidad Internacional

En el ámbito internacional la estrategia seguida por la campaña de publicidad persigue reforzar el posicionamiento de los diferentes productos turísticos para atraer nuevas demandas en mercados consolidados o introducir la Comunitat Valenciana en nuevos mercados a través de esos productos.

Los medios de comunicación empleados en la campaña internacional van desde la TV paneuropea, Euronews, con pases comerciales de spots y un programa especial de reportaje sobre el turismo sostenible en Benicàssim,, prensa, suplementos y revistas especializadas en productos turísticos como Senderismo, Gastronomía, BTT, Golf, LGBTI, Birdwatching, Cámpings, o en medios de información online, OTA's y programática, así como TV digital e diversos mercados como el británico, el francés o en EEUU.

En publicidad exterior se ha realizado una campaña en autobuses integrales y taxis en Londres con motivo de la celebración de la WTM. Otra acción espectacular fue la emisión del spot de campaña en pantallas exteriores de Times Square en Nueva York.

| | TV | RADIO | PRENSA | CINE | ONLINE | PUB EXT |
|---|--------------|--------------|-----------------|-------------|-------------------------|--------------|
| Publicidad autonómica y nacional | 28.599 spots | 14.000 cuñas | 777 inserciones | 1.785 pases | 370.000.000 impresiones | 447 unidades |
| Publicidad Internacional | 81 spots | 186 cuñas | 113 inserciones | | +90.000.000 impresiones | 31 unidades |

NUEVOS SOPORTES DE COMUNICACIÓN

**INSPIRAMOS Y GUIAMOS AL
VISITANTE CON
PUBLICACIONES Y OTROS
SOPORTES PARA DISFRUTAR
DE LA EXPERIENCIA DE UN
MODO INTEGRAL**

> NUEVA LÍNEA DE PUBLICACIONES

La estrategia de comunicación de la marca Comunitat Valenciana y su oferta turística, incluye la **realización de una nueva línea de publicaciones que sirva de inspiración y apoyo al visitante, así como de herramienta para descubrir la amplia oferta de recursos, destinos y productos turísticos.** Se desarrollarán nuevos contenidos y diseños en diferentes idiomas, atendiendo a la estrategia de producto, las necesidades promocionales en mercados emisores y los soportes de información y atención para los visitantes. Se realizará tanto en versión digital como en formato impreso.

> OTROS SOPORTES DE COMUNICACIÓN

- **Creación de una línea de material promocional** para dar cobertura a las acciones vinculadas a la campaña de publicidad y la estrategia de producto.
- **Renovación de la cartografía turística** de la Comunitat Valenciana.

PROGRAMA CREATURISME

EL PARAÍSO NO ENTIENDE DE ESTACIONES. 365 DÍAS AL AÑO PARA SUMERGIRTE EN UNA REGIÓN CON INFINIDAD DE EXPERIENCIAS POR BRINDAR

El turismo va más allá de vender un lugar o recurso visitable; se trata de suscitar el deseo de vivir una emoción. Un mismo lugar puede vivirse de muchas formas diferentes, dependiendo de cada persona o incluso del momento vital en que se encuentre.



Prender la mecha. Accionar el resorte preciso para que el deseo fluya. Ese es el objetivo. Creaturisme es un plan que trabaja para luchar contra la estacionalidad mediante experiencias turísticas únicas.

Creaturisme es la estrategia de la Comunitat Valenciana para luchar contra la estacionalidad de la actividad turística a través de la diferenciación, mediante el impulso de una gran variedad de productos experienciales.



PROGRAMA CREATURISME

**EL PARAÍSO NO ENTIENDE
DE ESTACIONES. 365 DÍAS
AL AÑO PARA SUMERGIRTE
EN UNA REGIÓN CON
INFINIDAD DE
EXPERIENCIAS POR
BRINDAR**

La gran variedad de las experiencias que impulsa la Comunitat Valenciana tienen como objetivo fundamental mostrar al turista una diversidad de producto que desconoce o que ha olvidado, al tiempo que le invita a disfrutar del paisaje y del entorno que envuelve su experiencia turística.

CreaTurisme tiene la finalidad de ampliar y reforzar la oferta turística de la Comunitat incluyendo a los empresarios en la toma de decisiones.

El programa Creaturisme plantea una estrategia orientada a la consolidación y perfeccionamiento de las líneas de trabajo iniciadas, mediante la adhesión de empresas y la creación de ofertas experienciales que favorezcan la desestacionalización y competitividad de nuestras empresas y destinos.

Esta estrategia pretende trasladar los beneficios del turismo a todo el territorio de la Comunitat, brindando experiencias únicas al visitante.

▶ GESTIÓN DEL PROGRAMA

- Grupos de trabajo de producto con los que se **persigue dar cohesión al sector y la generación de sinergias** a partir de la promoción de reuniones e interlocución con y entre los participantes.
- Encuesta periódica Creaturisme para **hacer seguimiento de la situación y las necesidades de las empresas adheridas.**
- **Formación específica para mejorar las experiencias creadas** por las entidades adheridos **e incentivar los productos complejos y transversales. Proyectos singulares** como el Bono Viatge de la Comunitat Valenciana se aprovecharán como incentivo para fomentar la colaboración entre agencias de viajes y productores de experiencias.

▶ ACCIONES PROMOCIONALES

- **Acciones de presentación online y offline de productos a OTAs y operadores de nicho nacionales e internacionales**, principalmente a los operadores que forman parte de la estrategia de marketing online, pero también a otro tipo de colectivos a los que presentar la oferta de la Comunitat Valenciana (asociaciones de productos concretos, como ciclismo, birding, etc.).
- Preparación de **materiales específicos para presentar los distintos productos.**
- **Organización de famtrips y presstrips nacionales, combinadas con workshop** con las empresas especializadas de cada uno de los destinos.
- **Acciones promocionales internacionales en colaboración con Turespaña y a través del POA 2022.**
- Acciones promocionales conjuntas con Promoción y l'Exquisit para dar a conocer la diversidad de la oferta turística de la Comunitat Valenciana en mercados nacionales como País Vasco y Galicia. Extensión del mismo modelo a Oporto - Portugal.
- **Acciones promocionales formativas a la Red Tourist Info.** Se desarrolla un programa de acciones promocionales/formativas para difundir y mejorar el conocimiento de la Red Tourist Info de los distintos productos, con el fin de reforzar su condición de prescriptores de los mismos.
- **Asistencia a las principales ferias de producto y como especialistas de producto en ferias generalistas.**



PROGRAMA CREATURISME

**EL PARAÍSO NO ENTIENDE
DE ESTACIONES. 365 DÍAS
AL AÑO PARA SUMERGIRTE
EN UNA REGIÓN CON
INFINIDAD DE
EXPERIENCIAS POR
BRINDAR**

- **Acciones de visibilidad online.** Gestión y mejora de microsites de productos tanto en contenidos como en funcionalidad y mejoras en el SEO *on page* con el fin de incrementar el posicionamiento y relevancia de los 16 microsites publicados.

► ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- ExperienciasCV.es: **asistencia a las más de 800 de empresas** dadas de alta para publicar nuevas y actualizar las experiencias que se ofrecen a través de la plataforma web. Inicio de un completo proyecto de renovación.
- Desarrollo de 8 catálogos de producto con cerca de 400 ofertas experienciales de empresas adheridas a CreaTurisme.
- Microsites de producto: **introducción de mejoras en los 16 microsites de producto** avanzando en su funcionalidad creando los apartados DESCUBRE Y VIAJA donde se recopila información actualizada de las empresas adheridas a Creaturisme. Introducción de otras mejoras como un buscador específico para cada microsite.



Toda la información y acciones promocionales de Turisme Comunitat Valenciana, ¡a golpe de clic! Continuamos apostando por la digitalización para incrementar exponencialmente el alcance de cada una de las estrategias desarrolladas, con nuevas funcionalidades y una experiencia inmersiva e intuitiva para comenzar a disfrutar de la región desde el móvil, la tablet o el ordenador.

- Ruta de la Seda
- Territorio Borgia
- Ruta del Grial
- Camins de Dinosaurios
- Agroturismo
- Birding
- Ecoturismo
- Enoturismo
- Turismo Activo
- Buceo
- Cicloturismo
- Olivos Milenarios
- Turismo Náutico
- Arte Contemporáneo
- Turismo IDIOMÁTICO
- tURISMO deportivo
- Creaturisme



- Creación de **nuevos soportes de comunicación audiovisual y gráficos** (vídeos, spots, cartografía, etc.).
- Preparación de guiones y contenidos para el desarrollo de una colección de folletos de producto basados en cartografía.



PROGRAMA CREATURISME

EL PARAÍSO NO ENTIENDE
DE ESTACIONES. 365 DÍAS
AL AÑO PARA SUMERGIRTE
EN UNA REGIÓN CON
INFINIDAD DE
EXPERIENCIAS POR
BRINDAR

► CREATURISME, DATOS PRINCIPALES

- **Empresas y entidades adheridas: 1.085**
 - ➔ Mediterráneo Cultural: 524
 - ➔ Mediterráneo Natural y Rural: 289
 - ➔ Mediterráneo Activo y deportivo: 364
- **Experiencias publicadas en Experienciascv.es: 742**
 - ➔ Mediterráneo Cultural: 524
- **Experiencias publicadas en 8 catálogos de experiencias:**
 - ➔ Náutica: 51 experiencias
 - ➔ Cicloturismo: 23 experiencias
 - ➔ Agroturismo: 28 experiencias
 - ➔ Ecoturismo: 62 experiencias
 - ➔ Turismo Activo: 36 experiencias
 - ➔ Turismo Cultural: 70 experiencias
 - ➔ Rutas Culturales: 34 experiencias
- **Experiencias catálogos B2B:** 352 experiencias de 172 empresas
- **Microsites de producto:** 16 + 2 en preparación y estudio
- **Formaciones 2022:** mínimo de 6
- **Participación y organización Workshops:** mínimo 15
- **Ferías:** mínimo 10
- **Famtrips/Presstrips:** mínimo 5





PROGRAMA CREATURISME

EL PARAÍSO NO ENTIENDE
DE ESTACIONES. 365 DÍAS
AL AÑO PARA SUMERGIRTE
EN UNA REGIÓN CON
INFINIDAD DE
EXPERIENCIAS POR
BRINDAR



La promoción de la Comunitat Valenciana como destino de interés para el rodaje de spots, cortometrajes, series de televisión o largometrajes es otra de las estrategias planteadas para incrementar la visibilidad de la región y su infinidad de atractivos turísticos. Para ello, se incorporará este ámbito a los planes de marketing y difusión, incluyendo la creación de rutas y publicaciones, asistencia a ferias específicas, desarrollo de contenidos.

▶ PLAN DE ACCIÓN SINGULAR DEL PRODUCTO RUTA DEL GRIAL

Un legado milenario donde la historia y el mito se dan la mano

Este año se dará continuidad al Plan de Impulso a la Ruta del Grial (2021-2022), derivándose la siguientes actuaciones:

- Creación de nuevos contenidos, incluyendo la generación del relato turístico.
- Creación de nuevos soportes promocionales y de comunicación. Entre ellos, destacar la publicación de la guía de la Ruta del Grial, con información sobre el relato, el itinerario de la ruta, así como información de cada uno de los municipios que la integran. También se publicará la Credencial de la Ruta del Grial, con un resumen del contenido de la guía.
- Creación de nuevos audiovisuales.
- Desarrollo de acciones de señalización en los municipios integrantes de la ruta.
- Organización de actividades promocionales para la difusión de la Ruta a nivel nacional e internacional (presstrips, famtrips, etc.).



PROGRAMA CREATURISME

EL PARAÍSO NO ENTIENDE
DE ESTACIONES. 365 DÍAS
AL AÑO PARA SUMERGIRTE
EN UNA REGIÓN CON
INFINIDAD DE
EXPERIENCIAS POR
BRINDAR

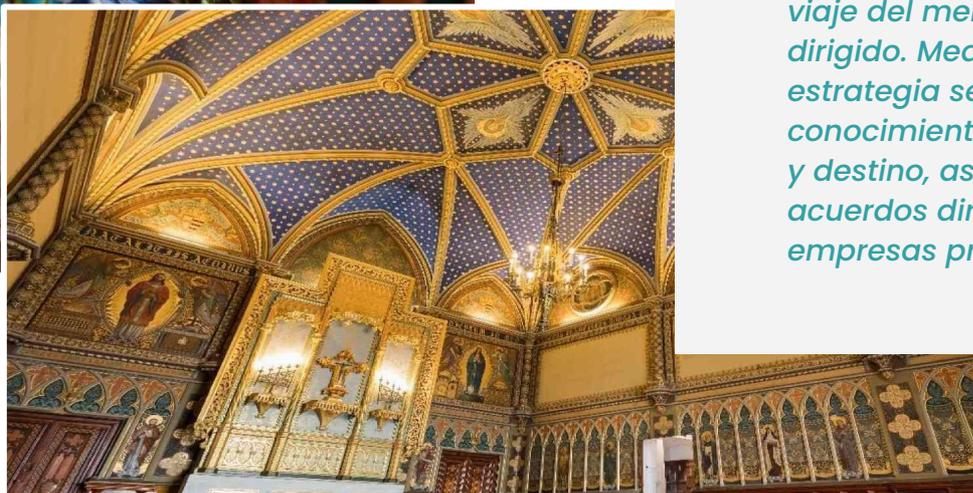
> OTRAS RUTAS CULTURALES

La Comunitat Valenciana trabaja en otras muchas rutas culturales que permitan descubrir la Comunitat Valenciana desde otra perspectiva:

- Ruta de la Seda.
- Territorio Borgia.
- Camins de Dinosauris.
- Arte contemporáneo en la Comunitat Valenciana.
- Ruta de los Castillos del Vinalopó.
- Ruta turística Luis García Berlanga.
- Rutas Jaume I – viaje a la época medieval.
- Iberos.
- Ruta de la Memoria.
- Arte Rupestre.

**El Turismo
Gastronómico, polo de
atracción turística a
través de la marca
L'Exquisit Mediterrani.**

La gastronomía se ha convertido en un reclamo privilegiado para atraer turistas. Por ello, desde Turisme Comunitat Valenciana se ha conformado l'Exquisit, una Red Gastro Turística mediante la que se representan los valores de la gastronomía mediterránea a través de un formato profesional, con reuniones entre los empresarios turísticos valencianos y los agentes de viaje del mercado al que va dirigido. Mediante esta estrategia se permite el conocimiento de los productos y destino, así como el cierre de acuerdos directamente con las empresas proveedoras.



PROGRAMA RED TOURIST INFO

**AL SERVICIO DEL TURISTA,
PARA BRINDAR
INFORMACIÓN DIRECTA Y
ACCESIBLE, LAS 24 HORAS, EN
LOS PRINCIPALES PUNTOS DE
INTERÉS DE LA COMUNITAT**



Para el año 2022 los objetivos de la Red Tourist Info se centran en la mejora de los procedimientos de gestión de la propia red y la incorporación de nuevas herramientas de trabajo colaborativas. Para estos objetivos se contará con una nueva serie de contrataciones que cubrirán los siguientes aspectos: mobiliario, rotulación, materiales corporativos, mantenimiento e instalación de pantallas interactivas, y nuevas herramientas de software para el trabajo en red.

Líneas principales de actuación:

▶ AMPLIACIÓN DE LA COBERTURA TERRITORIAL DE LA RED TOURIST INFO Y DE SUS INSTALACIONES.

En el marco jurídico, se persigue, primero, culminar la renovación de Convenios Tourist Info con los distintos municipios de la Comunitat Valenciana, a través de la figura del Convenio tipo Tourist Info.

En segundo lugar, se procederá a la actualización de convenios específicos con municipios, y otras entidades de derecho público, singularmente AENA y AEROCAS, y a la tramitación de nuevos convenios de adhesión a la Red Tourist Info.

Cobertura Territorial

172 entidades locales adheridas.
217 oficinas Tourist Info.
21 puntos de Información Turística.
2 nuevas Oficinas Tourist Info en 2020



PROGRAMA RED TOURIST INFO

**AL SERVICIO DEL TURISTA,
PARA BRINDAR
INFORMACIÓN DIRECTA Y
ACCESIBLE, LAS 24 HORAS,
EN LOS PRINCIPALES
PUNTOS DE INTERÉS DE LA
COMUNITAT**

Por otro lado, se trabajará en la mejora de la implantación de la red con la incorporación de nuevas Oficinas y Puntos de Información turística, consolidando así su cobertura territorial.

Por otro lado, se llevará a cabo la renovación de Oficinas de la Red, en atención a su antigüedad, destacando de forma especial Tourist Info Aeropuerto Alicante-Elche.

**Un Punto de Información
completamente
renovado en el
aeropuerto Alicante-
Elche, con todos estos
servicios:**

Atención digital 24 horas

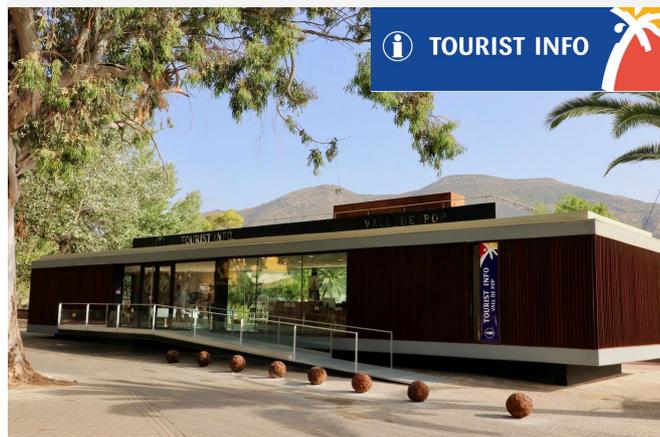
Punto táctil de información 24 horas de 43", con contenidos generales de la Comunitat Valenciana, de las ciudades de Alicante y Elche y de los servicios de las instalaciones aeroportuarias. Se dispondrá de prestaciones adicionales de cortesía, como selfies.

Herramienta de marketing

Monitor profesional de 85" y software específico, para la emisión de cartelería digital y video y su visionado en la Oficina Tourist Info por los viajeros que, a través del Aeropuerto de Alicante-Elche, acceden a la Comunitat Valenciana.

Accesibilidad de la Oficina y sus servicios

Permite el acceso a un espacio abierto donde disponer de atención personal, digital y pantallas audiovisuales.





PROGRAMA RED TOURIST INFO

**AL SERVICIO DEL TURISTA,
PARA BRINDAR
INFORMACIÓN DIRECTA Y
ACCESIBLE, LAS 24 HORAS,
EN LOS PRINCIPALES
PUNTOS DE INTERÉS DE LA
COMUNITAT**

➤ MEJORA DE LAS INSTALACIONES DE OFICINAS TOURIST INFO.

Se llevará a cabo una labor constante en la mejora del mobiliario y la rotulación corporativos de las oficinas, bien mediante su sustitución, bien por la introducción de nuevos elementos reflejados en las contrataciones correspondientes.

➤ HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN Y GESTIÓN DE LA RED TOURIST INFO.

Turisme Comunitat Valenciana dispone de más de 25 dispositivos de información turística 24 horas adscritos a la Red Tourist Info. Se ejecutará un mantenimiento activo de los mismos, con la introducción de nuevos servicios de cortesía y reforzando su papel como herramienta de difusión de eventos de carácter turístico de la Comunitat Valenciana.

Se renovará el mantenimiento de las herramientas de gestión de la Red, tanto el sistema estadístico y de encuestación, como el de atención presencial digitalizada.

➤ PROGRAMA DE CALIDAD E INNOVACIÓN DE LA RED TOURIST INFO.

El Comité de Calidad e Innovación de la red Tourist Info se erige como instrumento de difusión de las normas de calidad turística de las Oficinas de Información Turística. Para ello prestará asesoramiento técnico para la implantación y seguimiento de la norma de calidad Q norma ISO 14785:2014 de Oficinas de Información turística.

De igual manera, se participará activamente en la revisión de la norma ISO 14785:2014 de Oficinas de Información turística, como miembros del Comité nacional e internacional de normalización en esta materia.

Se apoyará la innovación con la Convocatoria del VI Premio Innovación de la red Tourist Info.

➤ PROGRAMA DE FORMACIÓN DE LA RED TOURIST INFO.

Para este año la programación formativa de la Red Tourist Info descansará en tres líneas básicas:

- Acciones formativas en colaboración con la red de CdTs.
- Acciones formativas de conocimiento de productos/recursos y destinos turísticos, así como de nuevos servicios Punto Violeta Turístico y Punto de Información Colaborador de los parques naturales de la Comunitat Valenciana (PIC).
- XXI Jornadas Tourist Info a desarrollar en la provincia de Valencia.

➤ PROGRAMA (PIC) DE LOS PARQUES NATURALES DE LA COMUNITAT. PUNTO VIOLETA TURÍSTICO.

Se trabajará para la acreditación de las oficinas de las Oficinas Tourist Info como Punto de Información Colaborador de los parques naturales de la Comunitat Valenciana (PIC).

Se consolidará la implantación de los Puntos Violetas turísticos de la Red Tourist info, incrementando su número y su visibilidad.



Algunos Datos de Interés

718.829 personas atendidas en la Red en 2020.

- **Nacionales: 564.525**
- **Internacionales: 154.304**

8.090 encuestas de satisfacción cumplimentadas en la Red Tourist Info.



MARKETING COLABORATIVO

JUNTOS, LLEGAMOS MÁS LEJOS. SINERGIAS DESARROLLADAS PARA SEGUIR GENERANDO TURISMO

La situación sanitaria provocada por la pandemia y su impacto en el sector turístico precisa de un mayor esfuerzo para consensuar y coordinar las medidas de seguridad y acciones de promoción y comunicación entre todos los actores del destino.

En 2022, **Turisme Comunitat Valenciana cuenta con 61 convenios de marketing turístico para desarrollar acciones de promoción de los destinos y productos turísticos** vinculados en colaboración con los agentes del sector, con un presupuesto total de 9.438.000 €

Convenios con las principales asociaciones empresariales del sector turístico de la Comunitat, con destinos turísticos y con asociaciones y entidades relevantes y especializadas en producto (música, gastronomía, alojamiento, turismo activo, fiestas, golf, turismo interior, turismo premium, agencias de viaje y turismo accesible, entre otros).



MARKETING COLABORATIVO

JUNTOS, LLEGAMOS MÁS LEJOS. SINERGIAS DESARROLLADAS PARA SEGUIR GENERANDO TURISMO

| DENOMINACIÓN DE LA LÍNEA | BENEFICIARIO | DESCRIPCIÓN |
|---|---|---|
| Màrqueting col·laboratiu Aerocas | Aerocas | Promover accions de publicitat i comunicació turística del aeroport de Castellón de la Plana |
| Suport d'activitats turístiques de golf de la Comunitat Valenciana. | Associació de camps de golf Costa Blanca. | Fomentar accions de promoció de turisme de golf, tant a nacional com internacional. |
| Màrqueting productes d'interior | Associació club de producte d'allotjaments d'interior de la C.V. Temps | Apoyo de acciones de promoción y comercialización de la oferta turística de interior de la Comunitat Valenciana. |
| Màrqueting col·laboratiu turisme actiu de la Comunitat Valenciana. | Associació de Turisme Actiu de la Comunitat Valenciana (CV ACTIVA) | Acciones de publicitat i difusió del turisme actiu de la Comunitat Valenciana |
| Foment activitats "premium" | Associació empresarial valència premium C.V. | Promover accions de turisme excel·lente en la Comunitat Valenciana. |
| Promoció de l'oferta d'apartaments turístics de la Comunitat Valenciana | Asoc. d'apartaments i vivendes turístiques de la Comunitat Valenciana (APTUR CV) | Acciones y promoción de la oferta de alojamiento de la Comunitat Valenciana |
| Màrqueting col·laboratiu de paquets turístics. | Asoc. Empre. Valenciana d'Agències de Viatges (AEVAV) | Acciones de promoción y comercialización de paquetes turísticos de la Comunitat Valenciana. |
| Foment de les festes tradicionals de la Comunitat Valenciana | Associació de Fogueres. | Actuacions de marketing col·laboratiu per a la promoció de festes de rellevància d'interès turístic. |
| Accions de màrqueting hostaleria Torrevieja. | Associació d'Empreses d'Hostaleria de Torrevieja i Comarca | Acciones de promoción y marketing de la oferta de hostelería y restauración de Torrevieja. |
| Conveni màrqueting col·laboratiu HOSBEC | Associació empresarial hotelera y turística de la Comunitat Valenciana (HOSBEC). | Actuacions de publicitat, promoció i comarketing per a la difusió de la oferta de Benidorm, Costa Blanca i Comunitat Valenciana en mercat nacional i internacional, incidint en la seguretat i resiliència generada per la COVID-19 |
| Promoció de congressos i esdeveniments en la CV | Associació empresarial organització de congressos de CV | Acciones de promoción de la oferta de congresos y acontecimientos en la Comunitat Valenciana |



MARKETING COLABORATIVO

JUNTOS, LLEGAMOS MÁS LEJOS. SINERGIAS DESARROLLADAS PARA SEGUIR GENERANDO TURISMO

| DENOMINACIÓN DE LA LÍNEA | BENEFICIARIO | DESCRIPCIÓN |
|---|--|--|
| Impuls del producte de turisme musical. | Associació de promotors musicals de la Comunitat Valenciana | Actuaciones de marketing y promoción del producto turístico musical. |
| Foment d'activitats de Turisme familiar en la C.V. | Associació per a la promoció del turisme familiar de la C.V. | Apoyo de la actividad de turismo familiar en la Comunitat Valenciana. |
| Impuls del producte turístic de festivals Comunitat Valenciana | Associació per a la promoció i divulgació de concerts, cicles, esdeveniments i festivals de la CV | Acciones destinadas al fomento del producto turístico de festivales Comunitat Valenciana. |
| Foment del turisme de festivals davall la marca Mediterraneu Fest | Associació Promotors Grans festivals música C.V. | Acciones de promoción, difusión y desestacionalización turística bajo la marca Mediterraneu Fest |
| Accions de màrqueting hotels d'Alacant | Associació provincial hotels província d'Alacant. | Acciones de promoción y marketing de la oferta hotelera de Alicante. |
| Accions de promoció i màrqueting | Associació provincial d'empresaris d'hostaleria i turisme (ASHOTUR) | Acciones de promoción y marketing provincia de Castellón |
| Foment de les festes tradicionals de la Comunitat Valenciana | Associació Sant Jordi. | Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico. |
| Foment de la ruta de la seda. | Associació UNESCO València Mediterrani | Promover actuaciones de promoción turística del producto ruta de la seda |
| Suport accions de promoció de turisme cultural. | AVETID-Asc.Valenc. d'Empreses Productors de Teatre, dansa i circ | Fomento de la imagen de Valencia y la C.V. como referente de turismo cultural y artes escénicas. |
| Accions de Màrqueting colaborativo Altea | Ajuntament d'Altea | Acciones de Marketing turístico y promoción del municipio de Altea |
| Promoció del producte turístic del municipi de Buñol | Ajuntament de Buñol | Acciones de promoción del producto turístico del municipio de Buñol |
| Foment de la promoció turística de Castelló | Ajuntament de Castelló | Potenciar la promoción turística en la ciudad de Castellón |
| Promoció del producte turístic festes municipals | Ajuntament de Cocentaina | Acciones de promoción del producto turístico del municipio de Cocentaina |



MARKETING COLABORATIVO

JUNTOS, LLEGAMOS MÁS LEJOS. SINERGIAS DESARROLLADAS PARA SEGUIR GENERANDO TURISMO

| DENOMINACIÓN DE LA LÍNEA | BENEFICIARIO | DESCRIPCIÓN |
|---|---|--|
| Accions de màrqueting col·laboratiu Cullera | Ajuntament de Cullera | Acciones de marketing turístico y promoción del municipio de Cullera |
| Dénia - Ciutat UNESCO creativa de la gastronomia | Ajuntament de Dénia. | Plan de promoción de la gastronomía de Denia y de la Comunitat Valenciana. |
| Fomentar la ruta dels Borja | Ajuntament de Gandia | Potenciar la ruta turística de la familia de los Borja. |
| Promoció del producte turístic del municipi de Lliria | Ajuntament de Lliria | Acciones de promoción del producto turístico del municipio de Liria |
| Peníscola - Ciutat del cine | Ajuntament de Peníscola | Plan de promoción del producto cinematográfico de turismo de Peníscola y de la Comunitat Valenciana. |
| Sagunt - Ciutat d'arts escèniques | Ajuntament de Sagunt | Plan de promoción turística del producto cultural a través de las artes escénicas en Sagunto y de la Comunitat Valenciana. |
| Accions de màrqueting col·laboratiu Segorbe | Confederació de persones amb discapacitat física i orgànica de la C.V. | Acciones de marketing turístico y promoción del municipio de Segorbe |
| Màrqueting col·laboratiu CONHOSTUR. | Confederació d'Hostaleria i Turisme de la C.V. | Acciones de promoción del producto turístico del municipio de Torreveija |
| Foment de la gastronomia de la Comunitat Valenciana. | Consell Regulador de la Denominació d'Origen Arròs de València | Acciones de promoción turística del producto gastronómico "arroz", a través de la denominación de origen arroz de València |
| Accions de màrqueting col·laboratiu difusió Comunitat Valenciana. | Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola SA | Promover acciones de publicidad y comunicación turística de la Comunitat Valenciana. en RTVE |
| Foment producte musical autòcton | Federació de Societats Musicals de la C.V. | Promover el producto musical valenciano por excelencia de bandas de música locales. |
| Màrqueting col·laboratiu Federació Càmpings Comunitat Valenciana. | Federació càmpings C.V. | Realización de acciones de promoción y dinamización de la oferta turística de campings de la Comunitat Valenciana. |
| Foment de les festes tradicionals de la Comunitat Valenciana | Federacio Falles Seccio Especial | Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico. |

MARKETING COLABORATIVO

JUNTOS, LLEGAMOS MÁS LEJOS. SINERGIAS DESARROLLADAS PARA SEGUIR GENERANDO TURISMO

| DENOMINACIÓN DE LA LÍNEA | BENEFICIARIO | DESCRIPCIÓN |
|---|---|---|
| Foment de les festes tradicionals de la Comunitat Valenciana | Federacio Gestora de Gaiates | Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico. |
| Marketing colaborativo para promocionar los productos de ocio y turismo | Federació d'oci, turisme, joc, activitats recreatives i indústries afins de la C.V. (FOTUR). | Colaboración en actuaciones promocionales de los productos de ocio y turismo de la Comunitat Valenciana. |
| Promoció del producte turisme enològic Comunitat Valenciana. | Federació Valenciana d'Enoturismo de la Comunitat Valenciana | Fomento y promoción de la Comunidad Valenciana como destino de turismo enológico |
| Suport a la promoció del producte turístic | Fira Mostrari Internacional de València | Acciones del turismo gastronómico (Gastrónoma). MICE, activo y deportivo. |
| Promoció producte cultural musical | Fundació Cultural Capella de Ministrers | Activar y apoyar el producto turístico cultural a través de acciones de la música. |
| Accions de promoció turística. | Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana | Fomento de la imagen de la ciudad de Valencia como referente en el turismo de los distintos productos, a destacar, el cultural, urbano, gastronómico, deportivo, familiar y de negocios (MICE). Apoyo en la celebración de la ceremonia de entrega de los 'Premios GOYA 2022' |
| Màrqueting colaborativo a Montanejos. | Fundació de turisme de Montanejos. | Acciones de promoción y difusión del producto turístico en Montanejos. |
| Actuacions de màrqueting nacional i internacional. | Fundación Visit Benidorm de la Comunitat Valenciana | Realización de actuaciones de marketing y promoción turística de Benidorm en el ámbito nacional e internacional incidiendo en la seguridad y resiliencia generada por la COVID-19 |
| Suport a la promoció de productes turístics. | Institució Firal Alacantina (IFA) | Apoyar las actuaciones del turismo gastronómico, náutico, cultural y familiar. |
| Foment de la ruta de la seda. | Institut Seda Espanya | Promover actuaciones de promoción turística del producto ruta de la seda |
| Màrqueting colaborativo accions de promoció | Introducing Castelló | Acciones de promoción y marketing de la oferta turística de la provincia de Castellón |

MARKETING COLABORATIVO

JUNTOS, LLEGAMOS MÁS LEJOS. SINERGIAS DESARROLLADAS PARA SEGUIR GENERANDO TURISMO

| DENOMINACIÓN DE LA LÍNEA | BENEFICIARIO | DESCRIPCIÓN |
|---|---|--|
| Foment accions de promoció turística del municipi d'Elx | Organisme VisitElx | Potenciar la promoción turística en la ciudad de Elche. |
| Foment del turisme cultural i les arts escèniques. | Palau de les Arts Reina Sofia. Fundació de la Generalitat | Acciones de promoción y marketing de la cultura de la C.V. en colaboración con el Palacio de las Artes Reina Sofia |
| Impuls d'accions de màrqueting i producte turístic de Alacant | Patronat Municipal de Turisme i platges d'Alacant | Acciones de promoción y Marketing turístico en el municipio de Alicante |
| Màrqueting col·laboratiu Patronat Costa Blanca | Patronat Provincial de Turisme de la Costa Blanca | Acciones de marketing y colaboración para la difusión de los recursos turísticos de la Costa Blanca |
| Màrqueting col·laboratiu per a l'impuls al turisme accessible en la Comunitat Valenciana. | Plataforma representativa estatal de persones amb discapacitat física. | Colaboración para el impulso al turismo accesible en la Comunidad, "turismo para todos" |
| Foment del turisme cinematogràfic de la Comunitat Valenciana | Plataforma representativa estatal de persones amb discapacitat física. | Impulsar el turismo cinematográfico y propiciar acciones que comportan favorecer espacios de la Comunidad Valenciana como plató de rodaje. |
| Foment del turisme cinematogràfic de la Comunitat Valenciana | Productors audiovisuals valencians. | Impulsar el turismo cinematográfico y propiciar acciones que comportan favorecer espacios de la Comunidad Valenciana como plató de rodaje. |
| Accions de promoció turística de la Comunitat Valenciana | Societat Anònima de Mitjans de comunicació | Promoción Turismo Comunidad Valenciana |
| | | 9.438.000 |



ACCIONES PARA EL MERCADO INTERNACIONAL

En total, se contemplan más de 190 acciones destinadas al mercado internacional para desarrollar en 2022

- 98** Cultura y Ocio
- 30** Deportivo (de las cuales, Golf 2 y cicloturismo 5)
- 35** Gastronomía Española
- 49** Turismo de Costa
- 11** Negocios, Reuniones e incentivos
- 15** LGTBI+
- 13** Imagen Global España
- 7** Itinerarios
- 26** Naturaleza
- 6** Turismo de Salud
- 6** Turismo activo
- 7** Shopping



TURISME
COMUNITAT VALENCIANA