



OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

TURISMO DEPORTIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA > DICIEMBRE 2013

1	CARACTERÍSTICAS GENERALES	2-3
2	EL TURISMO DEPORTIVO EN ESPAÑA	4-7
3	EL TURISMO DEPORTIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA	8-10
4	MARCO ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DEPORTIVO	11
5	ANEXO: OPERADORES DE TURISMO DEPORTIVO	12

1 – Características generales: definición, impactos

El **turismo deportivo** tiene como motivación principal la práctica de actividades deportivas con fines **competitivos**, **recreacionales** o como **espectador** (1*).

Son **turistas deportivos** los vinculados con el **deporte profesional** y de competición (deportistas de primer nivel, aficionados y espectadores, comités, árbitros, patrocinadores, voluntariado, medios de comunicación, etc), y con el **deporte de ocio** (turista que realiza actividades deportivas ocasionales durante su estancia) (2*).

La oferta de servicios vinculada al turismo deportivo se compone de las infraestructuras y equipamiento deportivo, así como de eventos, museos/exposiciones, alojamiento y comercio especializado (2*).

Fuente: (1*) Latiesa M, Paniza J.L. *Turistas deportivos: una perspectiva de análisis*. Revista Internacional de Sociología (RIS). Universidad de Granada. Vol LXIV, nº 44, mayo-agosto, 133-149, 2006.

(2*) Otero J.M. *El impacto socioeconómico del deporte: métodos de análisis y evaluación*. Universidad de Barcelona 2009.

(4*) Comisión Europea. *El libro blanco sobre el deporte*. 2007.

IMPACTO DEL TURISMO DEPORTIVO

ECONÓMICO	El turismo deportivo contribuye al 32% de la industria turística global . Es un mercado emergente que ha tenido un gran crecimiento en los últimos 20 años, asociado a eventos deportivos (4*).
DESARROLLO TERRITORIAL	Constituye una herramienta para el desarrollo local que contribuye a la regeneración urbana y rural , en tanto que estimula la mejora de las infraestructuras y equipamientos deportivos y de ocio.
IMPACTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	Genera impactos económicos directos, derivados de los flujos turísticos, e indirectos asociados a la inversión y a la promoción del destino, lo que puede dar lugar a flujos turísticos posteriores (4*).
IMAGEN	Permite reposicionar la imagen de un destino si se logra asociar a la marca los valores positivos del deporte (dinamismo, excelencia, tecnología, modernidad) (4*).

1 – Características generales: destinos y eventos deportivos

CLAVES PARA MAXIMIZAR EL IMPACTO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS EN LAS CIUDADES SEDE	
REPERCUSIÓN MEDIÁTICA	Atraer a deportistas de renombre nacional e internacional para promocionar el torneo más allá de su propio ámbito geográfico.
PROMOCIÓN EXTERIOR	Promocionar el acontecimiento deportivo en los mercados emisores para generar flujos turísticos e incrementar el impacto económico en la ciudad sede.
PROMOCIÓN LOCAL	Difundir el evento a los habitantes de las ciudades sede, provincia y región para provocar su visita al y generar un ambiente de gran asistencia. Solicitar la participación activa de la población para acciones de voluntariado y apelar a su sentimiento de orgullo como anfitriones del evento. Sensibilizar a la población sobre los beneficios reales que puede reportar el evento a su calidad de vida.
IMAGEN	Incorporar a la promoción del evento los valores icónicos de la ciudad sede (arquitectura, paisaje, cultura, etc.). Asociar los valores del evento (tecnología, trabajo de equipo, excelencia, competitividad, etc.) a la imagen del destino que lo acoge.
GESTIÓN COORDINADA	Planificar el evento con una estrategia intersectorial (deporte, medio ambiente, educación, turismo) y multi-escala (local, provincial, autonómica). Coordinar la gestión del equipamiento de acogida para asistentes y deportistas; Planificar la ubicación de los sistemas de información y señalización; Aplicar una imagen corporativa a todos los soportes de comunicación; Asegurar la formación adecuada del personal de apoyo al evento y de los colectivos específicos como los de transporte, seguridad, limpieza y tráfico; Intensificar la colaboración con medios que cubren el evento.
SOSTENIBILIDAD Y LEGADO	Protección del entorno donde tiene lugar el evento; Planificar el legado que deja el evento deportivo una vez finaliza la competición con el objetivo de mantener vivo el interés del ciudadano hasta la siguiente edición, dinamizar la economía local relacionada con dicha modalidad deportiva y aprovechar las sinergias generadas durante el evento ; Organización de actividades de menor calado de temática vinculada con el evento en el periodo entre ediciones.
FECHAS	Calendarización adecuada de las pruebas deportivas para maximizar su repercusión mediática y asegurar una óptima meteorología para deportistas y asistentes.
OCIO	Programar y promocionar una agenda ocio complementaria al evento para alargar la estancia media, incrementar el gasto por visitante y contribuir a transformar a los asistentes del evento en turistas.
IMPACTO	Análisis de previsión y medición posterior del impacto económico y mediático del evento para ajustar la gestión del mismo en futuras ediciones.

Fuente: Agencia Valenciana de Turismo. *Repercusión de los eventos deportivos en las ciudades sede de la Comunitat Valenciana*. 2010

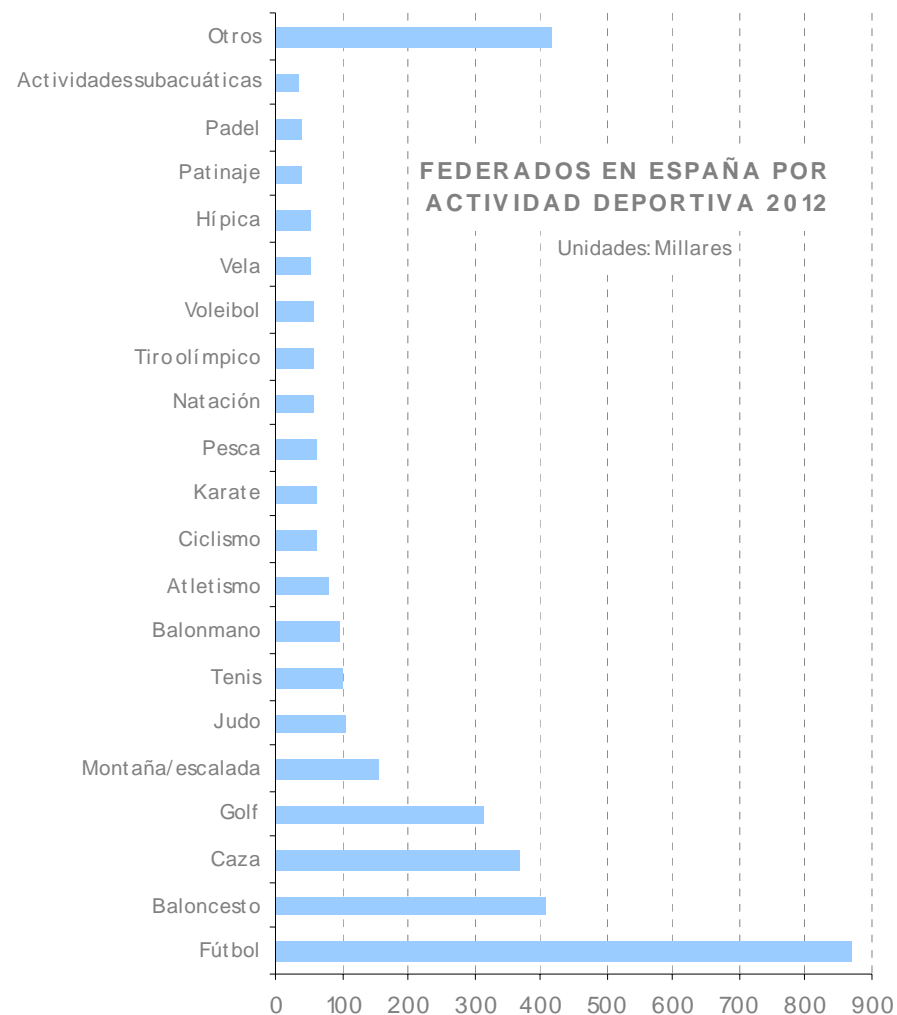
2 – El turismo deportivo en España: deporte federado

En Europa, el **40% de los ciudadanos practica deporte**. Los **países nórdicos, Irlanda y Holanda** son los más deportistas, y los que menos Grecia, Portugal e Italia (1*).

En España la práctica deportiva es cada vez más **recreacional**, más **frecuente** y se realiza con mayor intensidad al aire libre (2*).

En España el número de **licencias** deportivas ascendió a **3,4 millones en 2012**. Los deportes que cuentan con más federados son el **fútbol, baloncesto, caza, golf, montaña/escalada**, judo y tenis (3*).

En 2012, las federaciones españolas participaron en 2.623 competiciones nacionales y 1.905 internacionales, y realizaron **942 concentraciones**, siendo las más numerosas las de fútbol (124), atletismo (90), hockey (54), tiro olímpico (53), natación (45) y piragüismo (44) (3*).



Fuente:

(1*) European Commission. Eurobarometer. *Sport and physical activity*. 2010

(2*) Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Anuario de Estadísticas Deportivas 2013

(3*) Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Estadística de Deporte Federado. *Memoria 2012 Licencias y clubes federados*. 2013

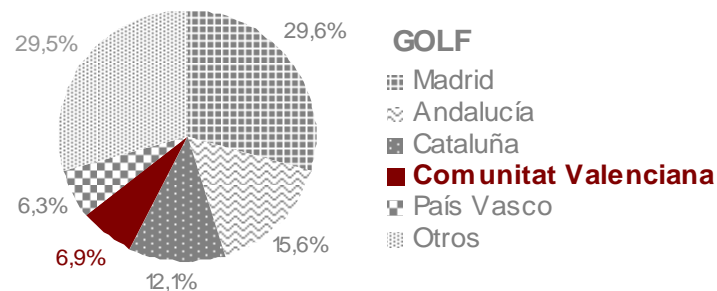
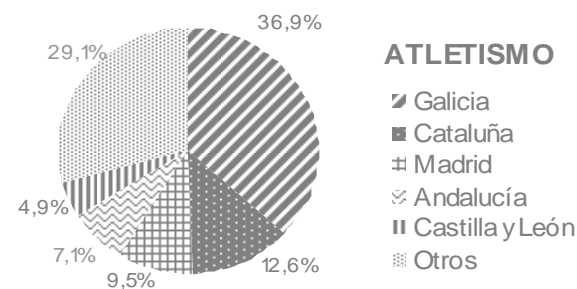
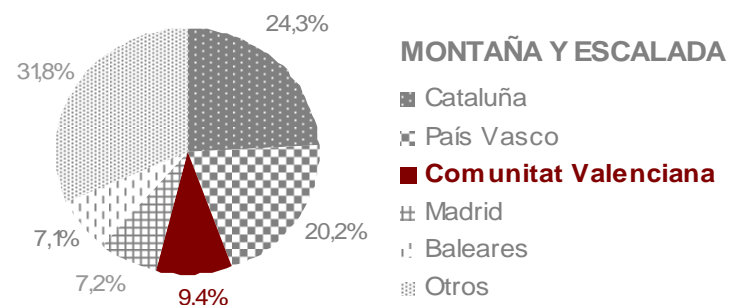
2 – El turismo deportivo en España: deporte federado

DISTRIBUCIÓN DE DEPORTISTAS FEDERADOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS 2012

Cataluña, Andalucía, Madrid y Comunitat Valenciana concentran el 55% de las licencias deportivas en España en 2012 (596.272, 576.481, 424.077 y 342.850 deportistas federados respectivamente) y potencialmente constituyen las principales emisoras de turismo deportivo del país.

Esta distribución varía en función del deporte que se considere, siendo Cataluña la autonomía con mayor concentración de federados en montaña/escalada, vela, tenis o actividades subacuáticas. Madrid agrupa el mayor número de federados en golf o hípica, País Vasco en ciclismo y Galicia en Atletismo.

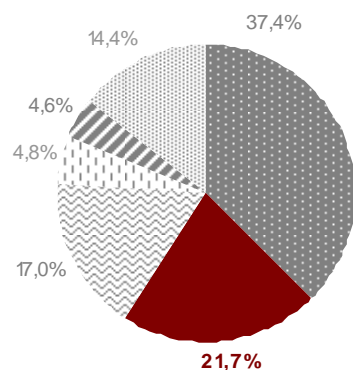
La Comunitat Valenciana tiene un peso destacable en vela (cuota del 21,7% con respecto a los federados en este deporte en España) **y en actividades subacuáticas** (17,3%).



Fuente:

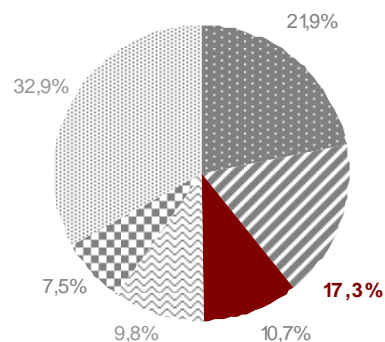
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Estadística de Deporte Federado. *Memoria 2012 Licencias y clubes federados*. 2013

2 – El turismo deportivo en España: deporte federado



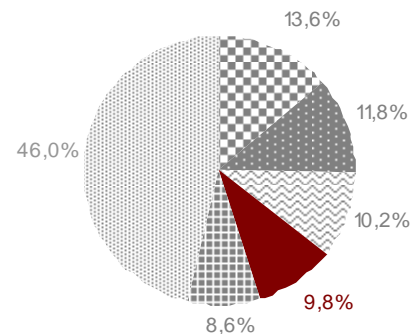
VELA

- Cataluña
- **Comunitat Valenciana**
- ⊘ Andalucía
- ⊘ Baleares
- ⊘ Galicia
- ⊘ Otros



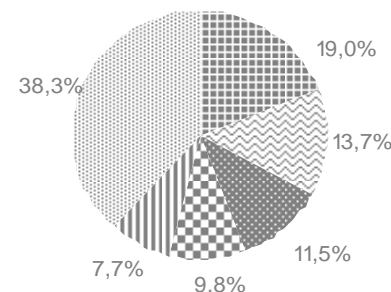
ACTIVIDADES SUBACUÁTICAS

- Cataluña
- ⊘ Galicia
- **Comunitat Valenciana**
- ⊘ Andalucía
- ⊘ País Vasco
- ⊘ Otros



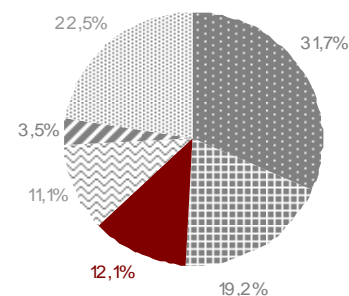
CICLISMO

- ⊘ País Vasco
- Cataluña
- ⊘ Andalucía
- **Comunitat Valenciana**
- ⊘ Madrid
- ⊘ Otros



HÍPICA

- ⊘ Madrid
- ⊘ Andalucía
- Cataluña
- ⊘ País Vasco
- ⊘ Castilla y León
- ⊘ Otros



TENIS

- Cataluña
- ⊘ Madrid
- **Comunitat Valenciana**
- ⊘ Andalucía
- ⊘ Galicia
- ⊘ Otros

Fuente:

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Estadística de Deporte Federado. *Memoria 2012 Licencias y clubes federados*. 2013

2 – El turismo deportivo en España: demanda

Más de **143,5 millones de turistas practicaron alguna modalidad deportiva** y 3,3 millones asistieron a espectáculos deportivos durante su viaje en España en 2011. Para más de 2,4 millones el viaje tuvo como motivación principal el deporte.

Los turistas **españoles** que viajan por motivación deportiva gastan **230€** por persona y viaje, sumando un total de 523 millones € en 2011. Los **extranjeros** que realizan actividades deportivas gastan **1.075€** por persona y viaje, 9,7 millones € en 2011 (2* y Nota).

Los **turistas españoles** con motivación principal deportiva son mayoritariamente varones (el 62% sobre el total) y realizan viajes de **menos de cuatro noches** (77,2%) (2*). **Andalucía, Cataluña y Comunitat Valenciana** son los destinos donde un mayor número de turistas españoles realizan actividades o asisten a eventos deportivos (3*).

CIFRAS DEL TURISMO DEPORTIVO EN ESPAÑA

143,5 MILLONES de turistas practicaron actividades deportivas	87 millones de españoles y 56,5 de extranjeros), el 16% de los que viajaron por ocio y vacaciones (2*)
2,4 MILLONES de turistas viajaron con motivación principal deportiva	1,9 millones de turistas son españoles y medio millón extranjeros (1*).
3,3 MILLONES de turistas asistieron a espectáculos deportivos	1,3 millones españoles y 1,9 extranjeros (1*).

Fuente:

(1*) A partir de datos del Instituto de Estudios Turísticos. *Familtur y Frontur*. Datos de 2011.

(2*) Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Anuario de Estadísticas Deportivas 2013* (Datos de 2011). 2013

(3*) Turespaña. *Familtur* 2011

Nota: El concepto gasto total incluye los gastos realizados en el viaje por todos los conceptos, entre los cuales se encuentran los gastos previos al viaje tales como el billete de avión o la compra del paquete turístico.

3 – El turismo deportivo en la Comunitat Valenciana: demanda

Más de **3,1 millones de turistas** realizan actividades deportivas durante su viaje en la Comunitat y 400 mil asisten a eventos deportivos (1*).

La Comunitat es el **tercer destino** de los españoles que realizan deporte durante su viaje, tras Andalucía y Cataluña. El 15% de los españoles que realiza deporte durante su viaje en España elige la Comunitat como destino (1*).

En 2012 la Dirección General de Deporte colaboró con 88 eventos deportivos, destacando **3 campeonatos del mundo**, **5 campeonatos de Europa** y **45 campeonatos de España**. El 40% de estas competiciones tuvo lugar en la provincia de Valencia, 34% en Alicante y 26% en Castellón (2*).

La Comunitat es la **cuarta autonomía** con mayor número de deportistas federados (342.580), siendo las disciplinas con mayor número de licencias el fútbol (93.127), la caza (46.371), el baloncesto (29.248) y el golf (21.710). En relación con el total nacional, la Comunitat ofrece un peso destacable en **vela y en actividades subacuáticas** (cuotas del 21,7% y 17,3% con respecto a los federados en España) (3*).

La vocación turístico deportiva de los destinos de la Comunitat ha sido reconocida a través de premios y galardones. Los más recientes han sido otorgados a **La Nucia** (Alicante), nombrada Villa Europea del Deporte en 2013 y Premio Nacional del Deporte en 2012. **Castellón** fue Ciudad Europea del Deporte en 2012, **Valencia** ostentó la capitalidad europea del deporte en 2011 y **Alicante** en 2004 (4*).

CIFRAS DEL TURISMO DEPORTIVO EN LA COMUNITAT

3,1 MILLONES	
de turistas practicaron actividades deportivas	76% son españoles y 24% extranjeros.
0,4 MILLONES	
de turistas asistieron a espectáculos deportivos	41% de españoles y 59% extranjeros.

Fuente:

(1*) A partir de datos del Instituto de Estudios Turísticos. *Frontur* y *Familitur*. Datos de 2011.

(2*) Consell Valencià Esportiu. *Memoria 2012*. 2013

(3*) Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Estadística de Deporte Federado. *Memoria 2012 Licencias y clubes federados*. 2013

(4*) European Capitals of Sport Federation. www.aceseurope.eu (julio 2013).

3 – El turismo deportivo en la Comunitat Valenciana: recursos

La Comunitat Valenciana dispone de una gran variedad de **recursos y oferta** turística especializada que hace posible la práctica de diferentes modalidades de turismo deportivo y permiten la asistencia a acontecimientos relacionados con el deporte a lo largo de todo el año.

22 parques naturales, 55 instalaciones portuarias y más de 5.000 km. de senderos homologados constituyen algunos de los recursos de base territorial sobre los que desarrollan su actividad más de **6.000 clubes deportivos** en la Comunitat Valenciana en 2013.

RECURSOS PARA LA PRÁCTICA DEL TURISMO DEPORTIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA 2013					
PARQUES NATURALES	TOTAL	Alicante	Valencia	Castellón	Alc/Val. (1); Cs/Val. (1) (1*)
CENTROS BTT	6	1	3	2	(2*)
CAMPOS DE GOLF	34	21	10	3	(3*)
INSTALAC. PORTUARIAS	55	36	9	10	(4*)
AMARRS	20.112	12.658	4.573	2.881	(4*)
CENTROS DE BUCEO	51	36	9	6	(5*)
ESCOLES DE LA MAR	4	1	1	1	Goleta (1) (6*)
ZONAS ESCALADA	11	8	1	2	(7*)
SENDEROS	5.000 km. de senderos homologados				(7*)
ITINERARIOS ECUESTRES	290 km de itinerarios ecuestres homologados				(8* y 9*)
CIRCUITOS DE MOTOR	1 circuito integrado en el Mundial de Motociclismo (Circuito Ricardo Tormo en Cheste, Valencia)				
CLUBES DEPORTIVOS	6.009 clubes deportivos.				(10*)

Fuentes:

(1*) Conselleria d'Infraestructuras, Territori i Medi Ambient, Listado Resumen Parques Naturales, junio 2013

<http://parquesnaturales.gva.es/web/indice.aspx?nodo=4869&idioma=C>

(2*) Conselleria de Economia, Industria, Turisme i Ocupació. Agència Valenciana del Turisme. 2013

(3*) Federación de Golf de la Comunitat Valenciana. *Clubes y Campos*. Enero 2013

(4*) Conselleria d'Educació, Cultura i Esport (24 junio 2013).

(5*) Conselleria d'Infraestructuras, Territori i Medi Ambient, Listado de Centros de Buceo Autorizados, mayo 2013. (<http://www.cit.gva.es/cast/actividadesnauticas/centros-de-buceo/centros-de-buceo-autorizados/>)

(6*) Conselleria d'Educació, Cultura i Esport. Escoleres de la Mar (24 de junio 2013).

(7*) Federació d'Esports de Muntanya i Escalada de la Comunitat Valenciana (24 junio 2013).

(8*) Federación de Hípica de la Comunitat Valenciana. <http://www.fhcv.org/clubshomologados.php>. Junio 2013

(9*) Deloitte. *Análisis del Impacto Económico del Sector Ecuestre 2013*. junio 2013

(http://issuu.com/ecuestre/docs/an_lisis_del_impacto_economico_del?e=8509349/3275020)

(10*) Consell Valencià Esportiu. *Memoria 2012*. 2013

2 – La práctica deportiva en la Comunitat Valenciana: eventos

PRINCIPALES EVENTOS DEPORTIVOS DE RELEVANCIA TURÍSTICA EN LA COMUNITAT VALENCIANA 2013

ATLETISMO	Ene. 20	ALICANTE (Santa Pola). <u>Media Maratón Internacional de Santa Pola</u> En 2013, 8.000 participantes.
ATLETISMO	Feb. 24	CASTELLÓN (Orpesa). <u>Campeonato de España de Campo a través por Clubes</u> . En 2012, 2.500 atletas inscritos
HOCKEY	Feb. 25-3/3	VALENCIA (Valencia). <u>World League Valencia</u> . Este campeonato de hockey de hierba femenino ha contado con 10.000 espectadores.
TAEKWONDO	Abr. 30-25/5	A. (La Nucia) <u>Campeonato de Europa, Open Internacional de España</u> . En 2013, 2.000 participantes.
GOLF	Abr. 18-21	V. (Valencia). <u>Open de España Masculino</u> . Torneo perteneciente al Circuito Europeo Profesional.
ATLETISMO	May. 11	C. (Castellón). <u>Marató i Mitja</u> . 1.483 participantes en 2013.
VELA	Jun. 21-23	C. (Castellón y Benicassim). <u>Regata Costa Azahar</u> .
TAEKWONDO	Jun. 28-30	A. (Alfas del Pi). <u>Open Internacional Comunitat Valenciana</u> .
NÁUTICA	Jul. 6-7	V. (Valencia). <u>Trofeo de S.M. La Reina</u> . Participan 100 embarcaciones procedentes de España, Portugal, Emiratos o Italia
NATACIÓN	Jul. 7	A. (Alicante) <u>Travesía a Nado Tabarca-Santa Pola</u> . Competición restringida a 1.000 participantes.
GIMNASIA	Jul. 15-21	V. (Valencia). <u>Campeonato de España de Gimnasia Artística</u> 1.300 participantes.
NÁUTICA	Jul. 22-30	V. (Valencia). <u>Campeonato del Mundo de vela de la clase 420</u> . 400 participantes y 200 embarcaciones.
TENIS	Oct.19-27	V. (Valencia). <u>Valencia OPEN 500</u> . 75.000 asistentes en la edición 2012.
ATLETISMO	Oct. 7-8	V. (Valencia). <u>Toro Loco Valencia Triatlon</u> . 3.500 participantes.
ATLETISMO	Oct. 20	V. (Valencia). <u>Medio Maratón de Valencia Trinidad Alfonso</u> . Se prevé superar los 10.000 participantes.
TAEKWONDO	Oct. 23-27	A. (Benidorm). <u>Campeonato del Mundo del Taekwondo</u> . Participantes de 50 países.
ATLETISMO	Nov. 17	V. (Valencia). <u>Maratón Divina Pastora</u> . Maratón que más ha crecido de Europa. 9.000 participantes en 2012. Genera 1,7€ por cada € invertido, 1,8 millones € y 51 puestos de trabajo. El 62% de los inscritos proceden de fuera de la Comunitat, siendo el 22% extranjeros (Italia, Reino Unido, Francia, Bélgica, Holanda, Marruecos, Alemania. Los españoles son el 36% (Madrid, Cataluña, Murcia, Albacete) (1*).
MOTOR	Nov. 10	V. (Cheste). <u>Gran Premio Motociclismo de la Comunitat Valenciana</u> . En 2012, segundo circuito español de mayor impacto económico tras Jerez. Con cabida para 112.000 espectadores, acoge la última carrera del mundial. En 2012, más de 300 millones de telespectadores y generó 42 millones € (2*). El 40% de los asistentes utiliza alojamiento turístico: hotel de 2/3 estrellas (17%), camping (11%). El 40% de los asistentes procede de otras ciudades españolas y realiza un gasto medio de 30,8€/día. Los internacionales proceden de Europa (Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y Bélgica) y del continente americano (3*).
ATLETISMO	Dic. 8	C. (Castellón). <u>Maratón Internacional Ciudad de Castellón</u> . 2.050 participantes en la edición anterior.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los Servicios Territoriales de la Dirección General de Deporte y de notas de prensa publicadas en 2013; (1*) Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) *Impacto Económico del 31 Maratón Divina Pastora*. 2013; (2*) www.diariogol.com *El Mundial de MotoGP tendrá un impacto de 150 millones en España*. 5 abril 2013; (3*) Martí L., Puertas R., *Impacto Económico de la Celebración de un Evento Deportivo*. *Estudios de Economía Aplicada*, 2012: 683-702 Vol. 30-2

4 – Marco estratégico para el desarrollo del turismo deportivo

Los productos de turismo deportivo, náutico, golf y activo forman parte del modelo de destino turístico de la Comunitat Valenciana y su desarrollo viene contemplado en el [Plan Estratégico Global de Turismo en la Comunitat Valenciana 2010-2020](#) con los siguientes objetivos (1*):

Deportivo: Consolidación de eventos deportivos, estancias de entrenamiento y potenciación del turismo deportivo participativo de nivel amateur.

Náutico: Dinamización y estructuración a través de estrategias microsegmentadas para las modalidades de turismo náutico.

Golf: Vertebración del producto y comercialización.

Activo: Mejorar posicionamiento nacional e internacional.

El [Plan de Marketing 2013 de Turespaña](#) contempla el desarrollo del turismo deportivo a través del eje Disfrutar, que incluye los productos náutico, golf, deportes acuáticos, activo y deportes de invierno. Turespaña utiliza el deporte como herramienta de promoción de la marca España en mercados emergentes donde esta cuenta con menor notoriedad (2*).

ACTUACIONES DE LA AGÈNCIA VALENCIANA DEL TURISME PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO DEPORTIVO (3*)

PUBLICACIONES	Guía de Golf (2013); Senderismo (2012); Red Btt (2012); Guía de rutas y excursiones (2010); Buceo y snorkel ; (2009); Guía náutica (2005); Deportes (2003).
PATROCINIOS	Open de Golf (Valencia, abril 2013).
FORMACIÓN	Organización del congreso: Turismo Deportivo y Deporte Turístico, estrategias para la integración y el desarrollo (Foro Internacional de Turismo de Benidorm octubre 2010). Colaboración en el congreso: Espacios de ocio y deporte como dinamizadores turísticos (Congreso Internacionall de Turismo Universidad-Empresa. UJI mayo 2013)
PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN	Campañas de televisión : inclusión de contenido sobre golf, náutica, senderismo, cicloturismo, buceo, etc. Publicidad en soportes online . Presencia en eventos deportivos a través de Puntos de Información Turística de la Red Tourist Info en: Open de España Masculino de Golf, America's Cup, Fórmula 1, Valencia Open 500 de tenis, Gran Premio Motociclismo de la Comunitat Valenciana.
FERIAS	Stand propio en las ferias Festibike (Madrid, septiembre 2013) y International Golf Travel Market (Tarragona, noviembre 2013)

Fuente: (1*) Agencia Valenciana del Turisme. *Plan Estratégico Global del Turismo en la Comunitat Valenciana 2010-2020*. Agència Valenciana del Turisme.

(2*) Turespaña. *Plan de Marketing 2013*. Enero 2013

(3*) Servicio de Comunicación, Producto e Información Turística. Agència Valenciana del Turisme

4 – Anexo: operadores de turismo deportivo

OPERADORES DE TURISMO DEPORTIVO EN EUROPA 2013	
INTERNACIONALES	<p>TUI, división Deportes: Agrupa operadores especializados en la organización de grandes eventos deportivos: Thomson Sport, Gullivers Sport Travel, Sportsworld, Events International, Sport Abroad, Flexi, Emirates Live, Travel Sense, Sport MyPlanet.</p> <p>Sports Tours International (ciclismo, atletismo, triatlón, duatlón, golf).</p> <p>Golf Tour Operators Consortium: Golf Escapes, A Golfing Experience; Driveline Golf; Exclusive Golf; Golf Amigos; Leisure Link Golf Holidays; Premier Iberian Golf Holidays</p>
EMISOR BRITÁNICO	<p>Sportoption.com (encuentros de fútbol), 5startenisholidays (tenis), Bac Sport (eventos deportivos), Burleigh Travel (rugby), Edwin Doran Sports Tours (grupos), The Sporting Traveller (rugby, cricket, golf, fútbol), Tuscan Tennis Holidays (tenis y otros deportes), Sweet Chariot (rugby), Teamlink (grupos escolares y clubs), Sports Abroad (natación), Equitour Riding (hípica y naturaleza), Exodus Travel (aventura), Explore Worldwide (aventura), In the Saddle (hípica y rural), Inn Travel (aventura).</p>
EMISOR FRANCÉS	<p>Celie Sport Travel.</p>
EMISOR NÓRDICO	<p>Sunwing Resort (generalista con golf y fútbol), Apollo (generalista con activo y fútbol), Star Tour (generalista con deportes), Peer Gynt Reiser (senderismo), Jomfrureisen (viajes para mujeres con especialización en ciclismo, senderismo y esquí), Maxpulse (trainig camps, rutas de bicicleta y esquí).</p>

Fuente: Elaboración propia a través de *Estudios de Mercados Turísticos Emisores* publicados por Turespaña



OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Elaboración:

Área de Innovación, Estudios y Calidad Turística
Agència Valenciana del Turisme

www.observatorioturisticogva.es
observatori_turisme@gva.es

 @ObservaTurCV



GENERALITAT
VALENCIANA



COMUNITAT
VALENCIANA