



GENERALITAT
VALENCIANA



TURISME
COMUNITAT VALENCIANA



INFORME DE GESTIÓ 2018

Turisme Comunitat Valenciana



El turisme continua ampliant la seua hegemonia en l'economia de la Comunitat Valenciana i ha aconseguit el 14,6% del PIB. Per aquest motiu, la gestió pública, a més de necessària per a l'ordenació, la qualificació, el coneixement, la formació i la promoció del sector, ha de coadjuvar a l'impuls del sector empresarial i de les entitats gestores de municipis i destinacions turístiques. És per això que, el Govern de la Generalitat, a través de la nova Llei de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana i dels diversos instruments que preveu per a la gestió pública del sector, com és l'ens Turisme Comunitat Valenciana, ha generat un programa de treball intens que tracta de facilitar la generació de les condicions idònies perquè el sector continue desenvolupant-se d'una manera equilibrada i sustentable en el temps.

Aquesta **memòria de gestió** tracta de plasmar totes les accions que, al llarg de 2018, es van dur a terme per part de l'organisme gràcies a la tasca de les persones que en desenvolupen l'activitat a la seu central, els serveis territorials, Invat-tur, CdT, Tourist Info... i a les relacions de cooperació i col·laboració que s'han produït amb organitzacions empresarials, entitats de gestió de destinacions, municipis, diputacions, cambres de comerç, universitats, oficines espanyoles de turisme a l'estranger, el Govern central, i altres organitzacions que treballen per oferir serveis turístics.

CONTINGUT

1	ACTIVITATS EN MATÈRIA D'ORDENACIÓ I TRAMITACIÓ TURÍSTICA. DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME	
1.1.	NORMATIVA	9
1.1.1.	Publicació de la Llei 15/2018, de 7 de juny, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana	9
1.1.2.	Publicació del Decret 101/2018, de 27 de juliol, del Consell, pel qual s'aprova el Reglament d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana	10
1.1.3.	Projecte de decret regulador dels establiments d'allotjament turístic de la Comunitat Valenciana	11
1.1.4.	Projecte de decret regulador de l'Estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana	13
1.1.5.	Projecte de decret regulador dels òrgans per a la coordinació de l'acció turística i de l'organisme per a la gestió de la política turística previstos en la nova Llei de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana	15
1.1.6.	Projecte de decret regulador de la disciplina turística a la Comunitat Valenciana	16
1.2.	REGISTRE D'EMPRESSES DE LA COMUNITAT VALENCIANA	17
1.3.	GESTIÓ DE PROCEDIMENTS ESPECIALS	19
1.3.1.	Actualització del Registre d'Empreses Turístiques de Serveis Complementaris	19
1.3.2.	Accessibilitat	20
1.3.3.	Declaracions d'interés comunitari (DIC)	21
1.4.	TRAMITACIÓ DE RECURSOS	21
1.5.	NOVES TECNOLOGIES APLICADES A LA TRAMITACIÓ TURÍSTICA	22
1.5.1.	Gestió del programa IMI	22
1.5.2.	Tramitació telemàtica	23
1.5.3.	Gestió d'expedients d'empreses gestores i habitatges d'ús turístic a través de la plataforma CUVT-i	24
1.5.4.	Actualització d'aplicacions informàtiques	24
1.5.5.	Atenció a l'usuari: <contacta_turisme@gva.es>	25
1.6.	PROFESSIONS TURÍSTIQUES. GUIES DE TURISME	25
1.6.1.	Renovacions d'acreditacions	25
1.6.2.	Convocatòria de les proves d'habilitació de guia de turisme de la Comunitat Valenciana i proves d'ampliació de llengües per als guies ja habilitats per la Comunitat Valenciana	26
1.7.	ASSISTÈNCIA A ASSOCIACIONS PROFESSIONALS I EMPRESSES RELACIONADES	27
1.7.1.	Agències de viatges, publicació del Decret 101/2018	27

2

ACTIVITATS EN MATÈRIA D'ASSISTÈNCIA I INSPECCIÓ TURÍSTICA. DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME

2.1. PREVENCIÓ I PROTECCIÓ CONTRA INCENDIS	29
2.2. CONTROL DEL COMPLIMENT DE LA NORMATIVA TURÍSTICA	29
2.2.1. Gestió de reclamacions i inspecció	29
2.2.2. Activitats contra l'intrusisme	30
2.2.3. Plans d'inspecció	31
2.2.4. Tramitació d'expedients sancionadors i recursos	34
2.3. DECLARACIONS D'INTERÉS TURÍSTIC	36
2.3.1. Festes d'interés turístic autonòmic	36
2.3.2. Festes d'interés turístic provincial	36
2.3.3. Festes d'interés turístic local	37
2.3.4. Itineraris d'interés turístic local	38
2.3.5. Festes d'interés turístic nacional	38
2.4. DECLARACIONS DE MUNICIPI TURÍSTIC	38
2.5. PLANS DE GOVERNANÇA I COMPETITIVITAT TURÍSTICA	39

3

ACTIVITATS EN MATÈRIA DE COMPETITIVITAT TURÍSTICA

3.1. ACCIONS D'AFIANÇAMENT DE L'EXCEL·LÈNCIA	45
3.1.1. Consolidació del Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions a la Comunitat Valenciana - SICTED CV	45
3.1.2. Programa de consolidació i promoció de Qualitur Club	52
3.1.3. Programa d'impuls a la normalització i la certificació en el sector turístic	58
3.2. DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE DEL TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA	59
3.3. PROGRAMES D'AJUDES	60
3.3.1. Ajudes dirigides a entitats locals de la Comunitat Valenciana	60
3.3.2. Ajudes dirigides a empreses, associacions, federacions i fundacions de la Comunitat Valenciana	65
3.3.3. Ajudes dirigides a la realització de campanyes de sensibilització contra l'intrusisme a l'oferta d'allotjament	71
3.3.4. Ajudes contra la temporalitat i la precarietat laboral en el sector turístic i per a la detecció i el tractament de malalties laborals dels cambrers de pis	72

3.4. GENERACIÓ I DIFUSIÓ D'INFORMACIÓ ESTADÍSTICA: ESTADÍSTIQUES DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA	73
3.4.1. Programa estadístic	76
3.4.2. Operacions en el marc del Pla valencià d'estadística 2007-2010 (prorrogat)	79
3.4.3. Sistema d'Informació Turística de la Comunitat Valenciana (TURPENTAH0)	81
3.4.4. Difusió	81
3.5. ESTUDIS I INVESTIGACIÓ	84
3.5.1. Estudis fets en 2018	85
3.5.2. Papers de Turisme	86
3.6. ACCIONS DE SUPORT A LES ACTUACIONS DE POLÍTICA TURÍSTICA	86
3.6.1. Suport tècnic a la Presidència i la Direcció de Turisme Comunitat Valenciana	86
3.6.2. Premis Turisme Comunitat Valenciana	87
3.7. FOMENT DE LA I+D I TRANSFERÈNCIA DE CONEIXEMENT EN COL·LABORACIÓ AMB LES UNIVERSITATS DE LA COMUNITAT VALENCIANA	88
3.8. PROJECTES EUROPEUS I RELACIONS INTERNACIONALS	91

4

ACTIVITATS EN MATÈRIA D'INFRAESTRUCTURES TURÍSTIQUES

4.1. INFRAESTRUCTURES DE LITORAL	93
4.1.1. Actuacions durant l'any 2018 per al manteniment i la reparació de les instal·lacions higièniques i ludicoesportives de les platges de la Comunitat Valenciana	93
4.1.2. Actuacions d'inversió durant l'any 2018 de subministrament i instal·lacions de nous elements d'infraestructura turística en platges de la Comunitat Valenciana	94
4.1.3. Altres actuacions de subministrament i instal·lacions de material per a les platges	94
4.2. INFRAESTRUCTURES DE CdT I ALTRES ACTUACIONS	95
4.2.1. Actuacions de millora de les instal·lacions, adequació i actualització normativa de les instal·lacions per als CdT	95
4.2.2. Centre de Desenvolupament i Acceleració Turística de València	96
4.2.3. Instal·lacions del complex Fàbrica Giner	96
4.2.4. Altres actuacions	99
4.3. ASSESSORAMENT I INFORMACIÓ TÈCNICA	101
4.3.1. Altres actuacions d'assessorament i informació tècnica	101
4.3.2. Informes preceptius d'actuacions davant de diversos organismes	101

5 ACTIVITATS EN MATÈRIA DE FORMACIÓ I INNOVACIÓ

5.1. ACCIONS DE FORMACIÓ TURÍSTICA	103
5.1.1. Qualificació contínua	104
5.1.2. Formació per a l'ocupació	105
5.1.3. CdTJobs: portal d'ocupació turística	106
5.1.4. Canal CdT Televisió	107
5.1.5. Suport a iniciatives de promoció i difusió	107
5.1.6. Nou CdT de Morella	107
5.2. FOMENT DE LA INNOVACIÓ TURÍSTICA	108
5.2.1. Oficina DTI	108
5.2.2. Intel·ligència competitiva i vigilància tecnològica	109
5.2.3. Suport a l'emprenedoria en turisme: Invat-tur Emprén	110
5.2.4. Projectes I+D+i	111
5.2.5. Laboratori de cuina	111
5.2.6. Comunicació i transferència de resultats	112

6 ACCELERACIÓ EMPRESARIAL I DESENVOLUPAMENT DE LA XARXA GASTROTURÍSTICA

6.1. ACCTUR: ACCIONS D'EMPRENEDORIA I DESENVOLUPAMENT DE PIMES TURÍSTIQUES	115
6.1.1. Informació i atenció als emprenedors i les empreses	115
6.1.2. Captació de l'emprenedoria turística i la formació bàsica	115
6.2. ESTRATÈGIA GASTRONÒMICA	116
6.2.1. Gastroturisme	116
6.2.2. Turisme enològic	120

7 ACTIVITATS EN MATÈRIA DE PROMOCIÓ

7.1. FIRES	123
7.1.1. Fires i certàmens turístics nacionals	123
7.1.2. Fires i certàmens turístics internacionals	128
7.2. TALLERS, JORNADES INVERSES I PRESENTACIONS	134
7.2.1. Mercat nacional	134
7.2.2. Mercat internacional	135
7.3. VIATGES DE PREMSA I FAMILIARITZACIÓ	138
7.3.1. Mercat nacional	138
7.3.2. Mercat internacional	139
7.4. ACCIONS FORA DE LÍNIA	147
7.5. ACCIONS DIRIGIDES AL PÚBLIC FINAL	148

8

ACTIVITATS EN MATÈRIA DE PRODUCTE I TERRITORI

8.1. PROGRAMA "CREATURISME"	151
8.2. "EXPERIENCIES CV"	153
8.2.1. Material fora de línia	153
8.2.2. Material en línia	154
8.2.3. Microllocs web de productes	154
8.3. ACCIONS DESENVOLUPADES PER PRODUCTES	155
8.3.1. "Mediterrani actiu i esportiu"	155
8.3.2. "Mediterrani natural i rural"	160
8.3.3. "Mediterrani cultural: itineraris, rutes i xarxes culturals"	165
8.3.4. Mediterranean Musix i Mediterranean Fest	172
8.3.5. Altres productes segmentats	175

9

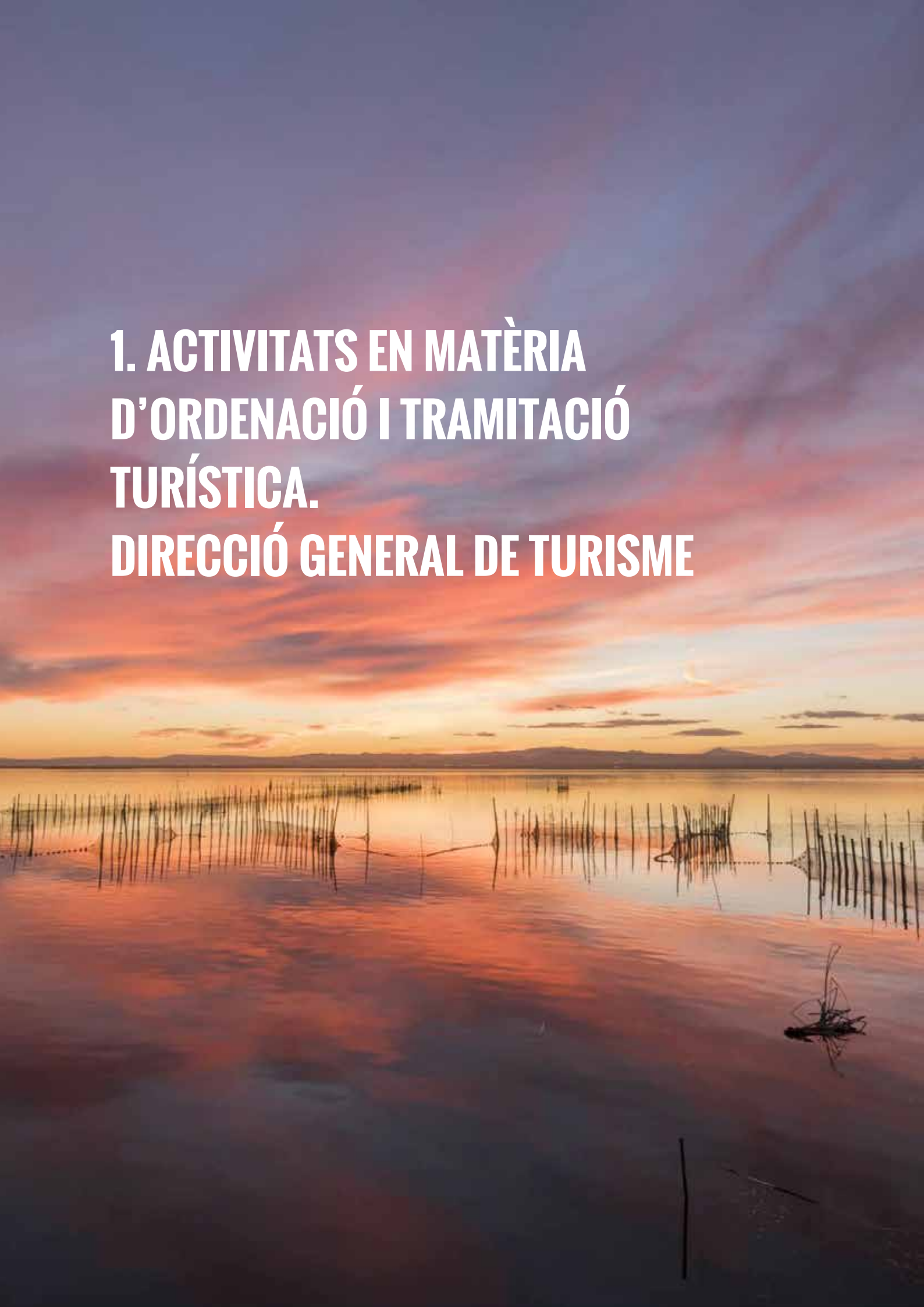
ACTIVITATS EN MATÈRIA DE PUBLICITAT, MÀRQUETING EN LÍNIA I COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA

9.1. CAMPANYES I ACTUACIONS DE PUBLICITAT	177
9.1.1. Campanya de publicitat autonòmica, nacional i internacional 2018-2019	177
9.1.2. Campanya en mitjans per a la difusió del missatge d'hospitalitat 2017-2018	178
9.1.3. Insercions publicitàries Fitur 2018	178
9.1.4. Creació de la marca gastronòmica L'Exquisit Mediterrani	179
9.1.5. Filmació en el període nadalenc i el de desestacionalització	179
9.1.6. Locució dels espots de la campanya per a mercats internacionals	179
9.1.7. Adaptacions gràfiques per al suport en la promoció turística	180
9.2. COL-LABORACIÓ EN LA PROMOCIÓ DE PRODUCTES, DESTINACIONS I EN L'EXECUCIÓ D'ACTUACIONS DE MÀRQUETING EN MERCATS D'INTERÉS PRIORITARI	181
9.3. MÀRQUETING EN LÍNIA	183
9.3.1. Portal turístic <i>comunitatvalenciana.com</i>	183
9.3.2. Geoportal	186
9.3.3. Xarxa de càmeres web	186
9.3.4. Desenvolupament d'una estratègia de màrqueting en línia per a la Comunitat Valenciana 2017-2019	186
9.4. COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA: PUBLICACIONS I CONTINGUT GRÀFIC	195
9.4.1. Reimpressions i noves edicions	195
9.4.2. Creació gràfica	197
9.4.3. Altres activitats	198

10

ACTIVITATS DEL PROGRAMA XARXA D'OFICINES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA: XARXA TOURIST INFO

10.1. GESTIÓ DE LA XARXA TOURIST INFO	201
10.2. COBERTURA DE LA XARXA	202
10.2.1. Cobertura jurídica: convenis	202
10.2.2. Cobertura territorial	203
10.3. INDICADORS DE SERVEI: HOSPITALITAT	206
10.3.1. Indicadors quantitatius	206
10.3.2. Indicadors qualitatius	207
10.4. ORIENTACIÓ AL CLIENT: PLA DE QUALITAT	209
10.5. ASSISTÈNCIA I SUPORT A LES DESTINACIONS, LES EMPRESES I LES ENTITATS	210
10.6. COL·LABORACIÓ AMB ELS CENTRES FORMATIUS I UNIVERSITATS VALENCIANES	211
10.7. QUALIFICACIÓ DE L'EQUIP HUMÀ: EL PLA DE FORMACIÓ	212
10.8. SISTEMES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA	213
10.9. PROJECTES D'INNOVACIÓ	214
10.9.1. Premi a la Innovació de la Xarxa Tourist Info 2018	214
10.9.2. Nous productes i serveis	215
10.10. FOMENT DE L'HOSPITALITAT TURÍSTICA	216
10.11. LA XARXA TOURIST INFO 2017 EN XIFRES	217

A full-page background image showing a sunset over a body of water. The sky is filled with soft, colorful clouds in shades of orange, pink, and purple. The sun is low on the horizon, creating a bright glow. In the foreground, there are several tall, thin reeds or stalks of vegetation sticking out of the water, their reflections visible on the calm surface. The overall mood is peaceful and serene.

1. ACTIVITATS EN MATÈRIA D'ORDENACIÓ I TRAMITACIÓ TURÍSTICA. DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME

1.1. NORMATIVA

■ 1.1.1. Publicació de la Llei 15/2018, de 7 de juny, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana

Després de la tramitació, durant els exercicis de 2016 a 2018, del projecte de llei, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana, d'ara en avant LTOH, la norma va ser aprovada i publicada en el DOGV el 8 de juny de 2018.

La nova llei passa a satisfer les necessitats següents: facilitar el trànsit cap a un canvi de mentalitat sobre el turisme i el model de gestió d'aquest, model concebut per a possibilitar un ús racional del territori, una satisfacció més elevada dels visitants, més implicació de la població local i l'increment de la riquesa per a la Comunitat Valenciana provinent del sector que més contribueix al producte interior brut i a l'ocupació. En definitiva, afrontar els nous desafiaments per mitjà de l'economia turística, la sostenibilitat social i ambiental d'aquesta i les sinergies amb la resta del sistema productiu valencià, per a posar al servei de les necessitats de residents, visitants i recursos de la Comunitat Valenciana el conjunt de mitjans i activitats que existeixen i es desenvolupen.

Tot això a fi de generar les condicions que propicien l'evolució de l'activitat turística cap a un model nou que permeta facilitar la integració dels visitants amb la població, la cultura i el medi ambient locals. Motiu pel qual es planteja fer una llei innovadora que diferencie la Comunitat Valenciana respecte a altres destinacions: estudiar nous fenòmens com l'economia col·laborativa, l'ús de les noves tecnologies, les xarxes socials o la gestió intel·ligent de les destinacions; valorar la història, la cultura, les tradicions, el territori i el paisatge de la Comunitat Valenciana; adaptar la normativa existent a la realitat actual; definir la planificació turística a curt i mitjà termini; abordar qüestions complexes com el municipi turístic, la governança i les competències en la gestió, el paper de les marques, partint de la realitat que tot el territori de la Comunitat conforma una destinació turística; ampliar l'objecte de la llei, anar més enllà de la concepció tradicional d'activitat turística a través d'un text inclusiu que considere també les necessitats socials associades al turisme, com l'oci, i introduísca el concepte d'hospitalitat com a condició necessària per a establir el marc de relació dels visitants amb la població local; donar protagonisme a qüestions com la sostenibilitat o l'accessibilitat; introduir referències al codi ètic del turisme i incloure la perspectiva de gènere a partir de l'elaboració de plans d'igualtat en les empreses i eliminar la bretxa salarial.

Aquesta llei passa així a regular i impulsar:

- A.** La gestió col·laborativa i corresponsable, entesa com els principis i les finalitats que determinen la política de les administracions públiques de la Comunitat Valenciana sobre els diferents agents que intervenen en el turisme, així com les actuacions en què es materialitzen.
- B.** El desenvolupament de la competitivitat turística, i orientar així les accions cap al desenvolupament d'una oferta turística argumentada en el territori, amb productes o segments turístics específics i amb la participació de la població local.
- C.** L'activitat turística, entesa com la destinada a proporcionar serveis d'allotjament, restauració, intermediació, informació, assistència, entreteniment i ús de recursos i productes turístics de la Comunitat Valenciana, a més de la prestació de qualsevol altre servei relacionat amb el turisme que es determine, i, d'altra banda, a la disciplina turística, la inspecció i la potestat sancionadora.

■ 1.1.2. Publicació del Decret 101/2018, de 27 de juliol, del Consell, pel qual s'aprova el Reglament d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana

Després de la tramitació, durant el 2017, del projecte de decret del Consell pel qual s'aprova el Reglament d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana, la norma va ser aprovada i publicada en el DOGV el 2 d'agost de 2018.

El decret va satisfer les necessitats següents:

- A.** D'una banda, la norma garanteix al viatger l'accés fàcil a la protecció garantida, sense tràmits excessius, de manera gratuïta i sense demores indegudes. D'altra banda, el decret nou afecta la cobertura que es garanteix, fins ara basada en la classificació tradicional de les agències majoristes-minoristes, majoristes i minoristes, que passa a una cobertura basada en el volum de negocis derivat dels ingressos per venda de viatges combinats aconseguit per l'agència en l'exercici anterior. No obstant això, es permeten altres fórmules. Això últim implica, d'altra banda, que no hi ha necessitat de mantindre la classificació tradicional de les agències de viatges en tres tipus, ja que la cobertura de la garantia depén del volum de negocis.

- B.** Una altra novetat que inclou la norma és la desregulació de les actuacions posteriors a la comunicació de l'activitat, les referides al nom i la marca comercial i als tipus de contractes. La venda de serveis solts i programes d'un dia la poden fer fins ara els qui no tinguen la condició d'agència de viatges, per la qual cosa no hi ha per què mantindre'n la regulació només per als qui sí que han de tindre-la per organitzar, vendre i oferir viatges combinats.
- C.** Es deixa també de regular el règim específic d'arbitratge que tradicionalment preveien els reglaments aplicables a les agències de viatges, cosa que possibilita l'aplicació de qualsevol sistema de solució de conflictes extrajudicial aplicable a la resta de sectors econòmics.

D'altra banda, la disposició transitòria única del Decret 101/2018 estableix que les agències de viatges ja inscrites en el Registre de la Comunitat Valenciana disposen del termini d'un any per a substituir la garantia que tenen subscrita per l'establida en l'article 10 del decret, i hauran d'especificar l'entitat garant i l'import de la garantia.

Durant el 2018, 38 agències de viatges han dut a terme aquest canvi.

■ 1.1.3. Projecte de decret regulador dels establiments d'allotjament turístic de la Comunitat Valenciana

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

Amb aquesta finalitat, l'LTOH ha agrupat i sistematitzat les novetats més importants que han succeït en el camp del sector turístic tant en la realitat del dia a dia de professionals, empresaris, usuaris i consumidors, com també en el camp normatiu com a tal i que no existien quan es va aprovar la Llei 3/1998, de 21 de maig, de turisme de la Comunitat Valenciana.

Constitueix una part capital d'aquestes innovacions normatives la relativa a l'eliminació de barreres i obstacles a la prestació de serveis, inclosa en primer terme per la Directiva 2006/123/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de desembre de 2006, relativa als serveis en el mercat interior i per a la transposició d'aquesta en les lleis estatals de caràcter bàsic, això és, la Llei 17/2009, de 23 de novembre, sobre l'accés lliure a les activitats de serveis i l'exercici d'aquestes; la Llei 25/2009, de 22 de desembre, de modificació de diverses lleis

per a adaptar-les a la llei sobre l'accés lliure a les activitats de serveis i l'exercici d'aquestes, i la Llei 20/2013, de 9 de desembre, de garantia de la unitat de mercat, que té com a objectiu fer efectiu el principi d'unitat de mercat en tot el territori nacional mitjançant la llibertat d'establiment i la llibertat de circulació d'operadors i la circulació lliure de béns i serveis.

En aquest context, una de les manifestacions capitals de l'activitat turística està conformada pels establiments d'allotjament turístic que han de comptar amb unes condicions òptimes de servei a l'usuari en termes de màxima qualitat, accessibilitat, informació, transparència, atenció, seguretat i, com especifica la llei, com a principi bàsic, l'hospitalitat.

No pot perdre's de vista que totes aquestes característiques i prestacions s'han de trobar i han de convergir en un espai físic que és l'establiment d'allotjament turístic, el lloc (local, instal·lació o infraestructura) en el qual es fan i es presten en gran manera els serveis que rep l'usuari o consumidor del sector que ens ocupa. Respecte a aquests establiments, des de l'àmbit normatiu, els poders públics han de vetlar perquè s'adopten les mesures i es posen els mitjans necessaris per a assegurar la satisfacció màxima dels destinataris últims i principals dels serveis turístics.

A aquest objectiu, entre d'altres, han tractat de servir les normes existents fins al moment en l'àmbit normatiu valencià, serveix l'LTOH i, ara, el desplegament del decret esmentat.



En matèria d'establiments d'allotjament turístic, el text legal recent introdueix com a novetat l'alberg turístic com una modalitat més d'allotjament turístic, independent de la tipologia d'hotels, i la figura de l'hotel balneari, que no s'esmentava en la llei anterior.

Fins ara, cada una de les modalitats d'allotjament ha comptat amb un decret específic. Aquesta opció normativa va poder respondre en el moment concret la necessitat de donar, de manera progressiva, una resposta reguladora a les noves manifestacions que es produïen en aquesta matèria específica. Ara bé, això ha donat lloc a una dispersió normativa evident sobre el mateix camp, que fa que els operadors i l'Administració veguen una certa complexitat quant a la identificació de la modalitat del servei d'allotjament que s'ha de prestar en cada cas i, a més, un risc de disposar de regulacions diverses per a atendre realitats similars en essència i, per tant, genera una certa inseguretat jurídica.

Sobre la base d'aquesta consideració, un dels objectius d'aquest decret és unificar, en una sola norma, els decrets vigents fins ara relatius a les modalitats respectives d'allotjament turístic per tal de facilitar l'accés als usuaris i els agents del sector al règim administratiu aplicable a cada un d'ells des de l'inici fins al cessament de l'activitat. En aquest sentit, el decret esmentat tracta d'homogeneïtzar la regulació de qüestions que coincideixen en cada modalitat d'allotjament i evita, així, la dispersió normativa i els efectes no desitjats assenyalats abans.

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

DURANT 2018 S'HA AVANÇAT EN LES FASES ADMINISTRATIVES D'ELABORACIÓ DE L'INFORME DE NECESSITAT I OPORTUNITAT, CONSULTA PÚBLICA I PROPOSTA D'INICI D'EXPEDIENT, AIXÍ COM L'INICI DE LA FASE D'AL·LEGACIONS I INFORMACIÓ PÚBLICA DEL PROJECTE DE DECRET.

■ 1.1.4. Projecte de decret regulador de l'Estatut del municipi turístic de la Comunitat Valenciana

L'LTOH és una norma innovadora que garanteix la sostenibilitat, la qualitat i la competitivitat del model turístic, que supera el concepte estricte de sector turístic i que enforteix amb això la denominada economia turística, entesa com les repercussions d'aquesta activitat sobre el conjunt de transversalitats tant d'ordre social com del cultural, l'institucional, el territorial i el mediambiental.

En aquest context i tenint en consideració tant els requeriments com les repercussions que l'activitat turística té sobre l'espai físic en què es desenvolupa, la nova llei té com a objecte, entre d'altres, proporcionar un marc normatiu per a l'acció de les administracions públiques de la Comunitat Valenciana que facilite la preservació i la millora dels recursos turístics i la planificació i la vertebració territorial d'aquests.

El llibre II de la llei esmentada està dedicat al desenvolupament de la competitivitat del sector turístic de la Comunitat Valenciana i orienta les accions cap al desenvolupament d'una oferta turística argumentada en el territori, a través d'actuacions com la prestació de serveis que promoguen un desenvolupament sostenible i responsable, l'impuls de la qualitat de l'oferta, el foment de l'hospitalitat i la participació de la població local, l'accessibilitat integral i una promoció i una comunicació turística de la destinació adequades.

Aquesta llei atorga al territori de la Comunitat Valenciana la consideració d'actiu turístic i reconeix la naturalesa turística dels seus municipis, la qual cosa implica que la prestació dels serveis ha d'orientar-se a la protecció i el desenvolupament sostenible dels recursos per a satisfer les expectatives de les persones que en fan ús. Aquest reconeixement de la naturalesa turística dels municipis de la Comunitat Valenciana necessita la cobertura del departament del Consell competent en matèria de turisme i la regulació detallada del règim jurídic d'aquests. Per a dur-ho a terme, l'LTOH preveu, a més d'altres instruments de planificació territorial, l'elaboració d'un estatut del municipi turístic que, aprovat per decret del Consell, el desenvolupe.

L'estatut que s'aprova es configura com una norma en la qual tenen un protagonisme singular la sostenibilitat turística, la intel·ligència en els sistemes de coneixement i gestió, l'hospitalitat, el codi ètic del turisme, la valorització del territori i del paisatge, la rellevància de la cultura, les senyes d'identitat i la tradició local i la cooperació i la participació dels agents locals en un model de governança nou; tot això amb la finalitat de contribuir a la consecució d'un model de gestió que possibilita un ús més racional del territori, l'increment de la satisfacció del turista, més implicació en el fet turístic de la població local i la participació activa de tots els agents turístics en el creixement econòmic i el desenvolupament social que es deriva de l'activitat turística. Per a dur-ho a terme, han de desenvolupar-se i concretar-se els conceptes i els instruments bàsics continguts en la llei i fer referència als aspectes que més incideixen en la gestió turística des de l'àmbit material d'intervenció de l'Administració municipal.

**DURANT 2018 S'HA AVANÇAT EN LES FASES ADMINISTRATIVES DE CONSULTA PÚBLICA
I PROPOSTA D'INICI D'EXPEDIENT DEL PROJECTE DE DECRET.**

■ 1.1.5. Projecte de decret regulador dels òrgans per a la coordinació de l'acció turística i de l'organisme per a la gestió de la política turística previstos en la nova Llei de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana

La nova Llei 15/2018, de 7 de juny, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana, té com a objecte, entre d'altres, adaptar la normativa existent a la realitat actual, definir la planificació turística a curt i mitjà termini i abordar qüestions complexes com la governança, les competències en la gestió i introduir referències al codi ètic del turisme.

El desenvolupament i la materialització adequats de les previsions que inclou la llei requereixen una gestió col·laborativa que ordene les accions de l'Administració turística dirigides a afavorir la competitivitat del sector i la satisfacció de les persones usuàries dels serveis turístics, cosa que només és possible des de la participació en l'acció pública, tant dels agents professionals i dels qui resideixen a la Comunitat Valenciana com de les persones que la visiten. Per això, s'ha de disposar d'una governança dirigida a facilitar les vies d'accés a l'Administració turística valenciana, de manera que se'n potencien les existents i se n'habiliten de noves, inclosa la incorporació de tots els grups d'interés en els òrgans col·legiats consultius i assessors del Consell en matèria de turisme. En aquest terreny, té una importància especial la participació ciutadana que contribueix a orientar les actuacions dirigides a preservar el benestar de les comunitats receptores de turistes. A la finalitat d'aquestes activitats també es dirigeixen una sèrie d'obligacions, vinculades a l'ètica del turisme, bàsiques per a les persones usuàries dels serveis turístics.

Així mateix, és imprescindible que aquesta gestió col·laborativa assegure la comunicació, la col·laboració i la coordinació en les actuacions que duen a terme les diverses administracions públiques competents en matèria de turisme per a potenciar l'eficiència, l'eficàcia, la diversitat i l'economia en les actuacions públiques en l'àmbit del turisme.

El llibre I de l'LTOH està dedicat a la gestió col·laborativa i corresponsable, entesa com els principis i les finalitats que determinen la política de les administracions públiques de la Comunitat Valenciana sobre els diferents agents que intervenen en el turisme, així com les actuacions en què es materialitzen.

Concretament, el títol I del llibre I de la llei es dedica a la governança turística i conté els compromisos d'actuació als quals han d'ajustar-se les actuacions de l'Administració turística valenciana, que requereixen una materialització eficaç en àmbits com la qualitat, la millora de la competitivitat, la sostenibilitat, l'hospitalitat, l'agilitat administrativa i la participació. Aquests compromisos figuren en els capítols I i II de la llei, mentre que el capítol III inclou els diferents òrgans per a la coordinació de l'acció turística, i el capítol IV, el canvi de denominació de l'Agència Valenciana del Turisme, el desenvolupament de la qual queda pendent de les elaboracions reglamentàries corresponents.

En aquest context, el decret s'aborda per a establir, d'una banda, la composició, l'organització i les funcions dels òrgans per a la coordinació de l'acció turística i, d'una altra, la naturalesa i l'estructura de l'organisme públic per a la gestió de la política turística, Turisme Comunitat Valenciana, el seu objectiu, l'organització, el règim jurídic, les facultats i el funcionament dels seus òrgans, com també la resta de funcions dels òrgans de l'entitat. Tot això segons el que disposa el títol IX de la Llei 1/2015, de 6 de febrer, de la Generalitat, d'hisenda pública, del sector públic instrumental i subvencions.

DURANT 2018 S'HA AVANÇAT EN LES FASES ADMINISTRATIVES D'INFORME SOBRE LA NO NECESSITAT DE CONSULTA PÚBLICA PRÈVIA I PROPOSTA D'INICI D'EXPEDIENT, ELABORACIÓ DELS INFORMES D'IMPACTE, INFORME SOBRE LA COORDINACIÓ INFORMÀTICA I SOL·LICITUD A LA DIRECCIÓ GENERAL DE TECNOLOGIES DE LA INFORMACIÓ I LES COMUNICACIONS DE L'INFORME D'ANÀLISI D'ADMINISTRACIÓ ELECTRÒNICA I INFORME DE REPERCUSSIÓ INFORMÀTICA, AIXÍ COM LA FASE D'AL·LEGACIONS I INFORMACIÓ PÚBLICA.

■ 1.1.6. Projecte de decret regulador de la disciplina turística a la Comunitat Valenciana

La nova Llei 15/2018, de 7 de juny, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana, dedica el títol II a la disciplina turística, la inspecció i la potestat sancionadora, i preveu el règim dirigit a salvaguardar una ordenació adient del sector, de manera que es contribueix a bandejar l'intrusisme i les activitats fraudulentas. A més, vetlla pels interessos i els drets tant de la prestació de serveis com de les persones usuàries de serveis turístics i, per tant, atribueix al personal inspector el caràcter d'autoritat en les funcions de comprovació, vigilància i control del compliment de la normativa turística. En l'activitat qualificada a la llei, els documents formalitzats a l'hora d'exercir aquesta tasca seran considerats verços i s'haurà d'actuar amb la proporcionalitat adequada.

La llei, en els 22 articles en què es desenvolupa el títol II, conté una regulació detallada de la potestat sancionadora i el procediment sancionador, de les infraccions, les sancions i de la inspecció turística. Tot i això, la llei remet al desenvolupament reglamentari posterior de molts articles, per a la qual cosa es concedeix un termini màxim de díhuit mesos, com figura a la disposició final primera d'aquesta.

En aquests moments, el desenvolupament reglamentari en matèria de disciplina turística es conté en el Decret 206/1999, de 9 de novembre, del Consell, regulador de la disciplina turística. Aquest decret conté una redacció detallada dels òrgans competents per a la imposició de sancions i del procediment sancionador basat en la Llei 30/1992 i en el Reial decret 1398/1993, de 4 d'agost, pel qual es va aprovar el reglament del procediment per a l'exercici de la potestat sancionadora. Els dos textos van ser derogats per la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques.

Tot això requereix una actualització i una adequació a aquestes noves normes, així com el desplegament del mandat, contingut en la llei, de garantir una planificació inspectora adequada per mitjà de l'elaboració anual d'un pla d'inspecció on han d'establir-se els objectius de l'actuació inspectora, els establiments que siguen objecte d'inspecció i l'àmbit geogràfic i temporal. Tenint en compte tot això, i com també ordena la llei, ha d'haver-hi una relació correcta i suficient entre el nombre d'inspectors i inspectores i les zones objecte d'inspecció per a garantir un control eficaç i eficient de l'activitat inspectora.

DURANT 2018 S'HA AVANÇAT EN LES FASES ADMINISTRATIVES DE CONSULTA PÚBLICA, INFORME JUSTIFICATIU DE NECESSITAT I OPORTUNITAT, PROPOSTA D'INICI D'EXPEDIENT, ELABORACIÓ DE LA MEMÒRIA ECONÒMICA, DELS INFORMES D'IMPACTE, D'ANÀLISI D'ADMINISTRACIÓ ELECTRÒNICA, DE REPERCUSSIÓ INFORMÀTICA, I D'AVALUACIÓ DEL POSSIBLE IMPACTE EN ELS OBJECTIUS ESTRATÈGICS DE COMPETITIVITAT DE LA COMUNITAT VALENCIANA, AIXÍ COM LA FASE D'INFORMACIÓ PÚBLICA.

1.2. REGISTRE D'EMPRESES

En la gestió del Registre General d'Empreses, Establiments i Professions Turístiques s'han dut a terme les inscripcions d'altres, baixes, modificacions, reclasseficacions, desistiments i dispenses següents:

TIPUS D'EMPRESA TURÍSTICA	ALTES	BAIXES	MODIFICACIONS	RECLASSIFICACIONS	DISPENSES	TOTAL
Establiments hotelers	37	12	290	22	4	365
Càmpings i àrees de pernoctació	2	0	22	4	1	29
Blocs i conjunts d'habitatges turístics	3	0	17	0	0	20
Allotjaments turístics rurals	42	33	52	5	2	134
Turisme actiu	55	1	18	0	0	74
Restauració	417	101	917	0	0	1.435
Agències de viatges	95	80	181	12	0	368
Empreses gestores d'habitatges turístics	169	21	40	0	0	230
Habitatges turístics	16.023	6.435	220	0	0	22.678
TOTAL	16.843	6.683	1.757	43	7	25.333

Nova aplicació d'autoregistre d'habitatges turístics

Durant 2018, des de la posada en funcionament de l'aplicació que permet als titulars autoregistrar els habitatges que es decideixen dedicar a l'ús turístic i obtindre'n el número d'inscripció en el Registre de Turisme, s'hi han inscrit a través d'aquest procediment un total de 1.806 registres d'habitatges turístics.

Del total d'habitatges registrats per l'autoregistre, 902 corresponen a la província d'Alacant; 157, a la de Castelló, i 747, a la província de València.

En 2018, en coordinació amb el Servei d'Informàtica, es va proposar posar en funcionament un sistema pel qual les persones jurídiques, sempre que no estiguen registrades com a empreses gestores d'habitatges d'ús turístic i que disposen de fins a quatre habitatges d'ús turístic, puguen fer-ne la inscripció pel procediment d'autoregistrament.

Implantació de l'article 65 de la Llei 15/2018, de 7 de juny, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana

Amb l'entrada en vigor de la nova llei de turisme, s'ha exigit, en la tramitació de les altes d'habitatges turístics, l'Informe municipal de compatibilitat urbanística que permeta aquest ús. Per a fer-ho, és obligatori emplenar l'apartat corresponent del codi de seguretat i verificació (CSV) en la declaració responsable.

En l'aplicació d'autoregistre es va proposar, en coordinació amb el Servei d'Informàtica, que hauria de ser obligatòria en la tramitació de les altes l'emplenament d'un camp per a annexar l'informe municipal favorable de compatibilitat urbanística, i no el codi CSV perquè hi ha ajuntaments que no tenen document electrònic. Aquesta obligatorietat també hauria de posar-se en marxa per al cas de l'aplicació EEAT i per a les empreses gestores d'habitatges turístics.

Guia de l'habitatge turístic per a propietaris

Durant 2018, s'ha revisat la *Guia de l'habitatge turístic per a propietaris* en col·laboració amb el Col·legi d'Administradors de Finques per a introduir les novetats de la Llei de turisme, oci i hospitalitat.

La guia té com a objectiu fer saber als qui pretenguen dedicar un habitatge al lloguer turístic, no només què es considera "habitatge turístic" a la Comunitat Valenciana i les repercussions d'aquesta consideració, sinó també un conjunt de tràmits administratius que han de conèixer i que els poden afectar, com ara disposar de fulls de reclamacions, preparar parts d'entrada de viatgers, disposar del certificat d'eficiència energètica, complir amb els estatuts i les normes de la comunitat de propietaris respecte de la cessió d'habitatges amb finalitats turístiques, etcètera.

La guia està disponible en el web de Turisme Comunitat Valenciana i té enllaços per a cada un dels tràmits en els quals obtindre més informació i accedir a l'organisme o el departament competent per a complir amb aquesta guia.

1.3. GESTIÓ DE PROCEDIMENTS ESPECIALS

■ 1.3.1. Actualització del Registre d'Empreses Turístiques de Serveis Complementaris

Durant el 2018 s'ha continuat el procés d'informatització de la inscripció de les empreses turístiques de serveis complementaris, després de fer els tràmits d'audiència de confirmació de dades amb els titulars d'aquestes empreses.

Igualment, s'està dissenyant una nova aplicació a través de la plataforma MASTIN dels circuits necessaris per a inscriure-hi aquestes empreses.

En aquest tipus d'empresa turística s'han dut a terme les actuacions següents durant l'any 2018:

EMPRESSES TURÍSTIQUES DE SERVEIS COMPLEMENTARIS	
TIPUS DE RESOLUCIÓ	NOMBRE
Inscripcions	36
Denegacions	4
Desistiments	12
Baixes	2

■ 1.3.2. Accessibilitat

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

Amb l'objectiu final d'assolir **una oferta turística competitiva i adaptada** a persones amb diversitat funcional que permeta el sector accedir a aquest mercat, es realitzen les actuacions de comprovació de la disponibilitat d'instal·lacions i serveis accessibles que apareixen a continuació.

Les **auditories** de comprovació fetes en els **allotjaments turístics** durant l'exercici **2018** són les següents:

TIPUS D'EMPRESA TURÍSTICA	NRE.
Establiments hotelers auditats	194
Establiments hotelers adaptats	56
Establiments hotelers practicables (amb necessitat d'acompanyant)	31
Albergs rurals auditats	6
Albergs rurals adaptats	5
Albergs de ciutat auditats	7
Cases rurals auditades	4
Cases rurals adaptades	4
Càmpings auditats	28
Càmpings de turisme adaptats	13
Habitatges turístics	1
Blocs i conjunts d'habitatges turístics	3

■ 1.3.3. Declaracions d'interés comunitari (DIC)

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

Durant l'any 2018, a la Comunitat Valenciana s'han tramitat **21 sol·licituds d'informes** sobre exempcions o declaracions d'interés comunitari.

INFORMES DE DIC	NRE.
Declaracions d'interés comunitari	21
Exempcions de declaracions d'interés comunitari	45

1.4. TRAMITACIÓ DE RECURSOS

De conformitat amb la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques, s'han tramitat i s'han resolt els recursos següents:

RECURSOS	NRE.
Recursos d'alçada	5
Recurs potestatiu de reposició	1
Recurs extraordinari de revisió	-

1.5. NOVES TECNOLOGIES APLICADES A LA TRAMITACIÓ TURÍSTICA

■ 1.5.1. Gestió del programa IMI

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

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

En 2017 es va establir la possibilitat d'un intercanvi d'informació entre les diverses administracions públiques de les comunitats autònomes d'Espanya, atès que anteriorment l'intercanvi d'informació era únicament entre autoritats dels estats membres de la Unió Europea; amb aquesta nova modalitat, en 2018 es van contestar quatre consultes.

Quant a les consultes fetes, durant 2018 se n'han fet cinc dins del mòdul de qualificacions professionals a fi de poder reconèixer el títol de formació o el certificat de competència, obtingut al país de la Unió Europea del sol·licitant, per exercir la professió de guia de turisme a la Comunitat Valenciana.

■ 1.5.2. Tramitació telemàtica

En 2018 s'han rebut un total de 2.773 sol·licituds de tramitació via telemàtica efectuades pels usuaris utilitzant aquest servei de simplificació administrativa, la qual cosa suposa un increment d'un poc més del 80% respecte de l'any anterior. Des que es va posar en funcionament la possibilitat de presentar sol·licituds de tramitació de procediments per aquesta via, l'evolució n'ha sigut sempre ascendent.

Es distribueixen segons la tipologia de la manera següent:

TIPUS DE TRAMITACIÓ TELEMÀTICA	NRE.	TIPUS DE TRAMITACIÓ TELEMÀTICA	NRE.
Establiments hotelers	76	Càmpings	10
Agències de viatges	164	Empreses turístiques de serveis complementaris	75
Establiments de restauració	484	Reclamacions a empreses turístiques	27
Empreses gestores d'habitatges turístics	143	Activitat de blocs i conjunts d'habitatges turístics	12
Empreses de turisme actiu	43	Professió de guia de turisme	1
Establiments d'allotjament rural	33	Aportació de documentació	50
Activitat d'habitatges turístics	1.655		

■ 1.5.3. Gestió d'expedients d'empreses gestores i habitatges d'ús turístic a través de la plataforma CUVT-i

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

Durant 2018, s'han comptabilitzat les inscripcions següents en la plataforma:

EMPRESSES GESTORES	NRE.
Alacant	114
Castelló	25
València	40
TOTAL	179

HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC	ALTES	BAIXES
Alacant	4.107	1.860
Castelló	1.489	994
València	1.552	757
TOTAL	7.148	3.611

■ 1.5.4. Actualització d'aplicacions informàtiques

Després de l'entrada en vigor dels nous decrets reguladors d'allotjament turístic a la Comunitat Valenciana i de les lleis 39/2015, d'1 d'octubre, de procediment administratiu comú de les administracions públiques, i 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic, s'ha treballat en l'adaptació dels documents i els procediments administratius d'inscripció en el Registre General d'Empreses, Establiments i Professions Turístiques de la Comunitat Valenciana.

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

Turisme Comunitat Valenciana té a la disposició dels usuaris el web institucional pel qual, a través de l'adreça de correu electrònic *contacta_turisme@gva.es* es reben consultes, peticions i sol·licituds d'informació sobre l'aplicació de les normes del sector turístic. Les consultes rebudes per aquesta via i a través del portal turístic i de les oficines PROP sobre la normativa turística l'any 2018 són:

CONSULTES REBUES	NRE.
AGÈNCIES DE VIATGES	33
DISTINTIUS	2
EMPRESSES TURÍSTIQUES	56
PROFESSIONS TURÍSTIQUES: GUIES DE TURISME	38
HABITATGES TURÍSTICS	84
TOTAL DE PETICIONS I CONSULTES	213

1.6. PROFESSIONS TURÍSTIQUES: GUIES DE TURISME

■ 1.6.1. Renovacions d'acreditacions

Segons el que estableix l'article 6 del Decret 62/1996, de 25 de març, del Govern Valencià, pel qual s'aprova el reglament regulador de la professió de guia de turisme, l'acreditació de guia de turisme ha de renovar-se, en tot cas, cada cinc anys, comptats des de l'obtenció de l'acreditació, i, també, sempre que varie qualsevol dada que continga. Durant 2018 s'han tramitat 69 acreditacions entre renovacions i duplicats per pèrdua o sostracció.

■ 1.6.2. Convocatòria de les proves d'habilitació de guia de turisme de la Comunitat Valenciana i proves d'ampliació de llengües per als guies ja habilitats per la Comunitat Valenciana

Per la Resolució de 8 de maig de 2017, de la directora general de Turisme i directora de l'Agència Valenciana del Turisme, es van convocar les proves d'habilitació de guia de turisme de la Comunitat Valenciana, i les proves d'ampliació de llengües per als guies ja habilitats per la Comunitat Valenciana.

Aquestes proves tenen dues parts: una de llengües i una altra de coneixements específics sobre les unitats temàtiques que figuren en la resolució esmentada.

La part de coneixements específics està integrada per dues fases: la primera, una prova escrita i la segona, una exposició oral on es valoraran la capacitat de comunicació, la desimboltura, la coherència en l'exposició, la correcció gramatical, la fluïdesa en el discurs i els coneixements.



Durant 2018 s'ha fet la segona part de les proves, de coneixements específics.

Conclòs el procés establert per la Resolució de 8 de maig de 2017, amb data 28 de juny de 2018, la directora general de Turisme va resoldre l'habilitació de les persones declarades aptes com a guies de turisme de la Comunitat Valenciana i la inscripció d'aquestes en el registre corresponent, indicades en l'annex I d'aquesta resolució, així com l'ampliació de llengües per a les persones ja habilitades com a guies de turisme que van superar les proves d'una o d'una altra manera i indicades en l'annex III. Igualment, va resoldre l'habilitació que depenia de la presentació de l'homologació del títol acadèmic, en el termini de 18 mesos des de la data esmentada, de les persones declarades aptes i indicades en l'annex II.

De les persones que participaren en les proves d'ampliació de llengües, 21 van ser declarades aptes. Finalment les persones participants declarades aptes i habilitades han sigut 249, a les quals cal sumar 4 persones més que han presentat l'homologació requerida, per la qual cosa en fan un total de 253.

Queden pendants d'homologació 7 persones declarades aptes.

1.7. ASSISTÈNCIA A ASSOCIACIONS PROFESSIONALS I EMPRESES RELACIONADES

■ 1.7.1. Agències de viatges, publicació del Decret 101/2018, de 27 de juliol

Publicat el decret nou pel qual s'aprova el Reglament d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana, s'han atés totes les consultes que han fet les diverses associacions d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana en relació amb l'aplicació que van fer, la qual sobretot es referia a la garantia nova de les agències de viatges establida en l'article 10 del decret i al règim transitori d'adaptació establert en la disposició transitòria d'aquest.

Així mateix, el 27 de desembre 2018 es va publicar en el BOE el Reial decret llei 23/2018, de 21 de desembre, de transposició de directives en matèria de marques, transport ferroviari i viatges combinats i serveis de viatge vinculats, i s'han atés totes les consultes que s'han realitzat, concretament sobre la transposició de la Directiva 2015/2302, del Parlament Europeu i del Consell, relativa als viatges combinats i als serveis de viatge vinculats.

A low-angle photograph looking up at a dense canopy of tall palm trees. The trunks are dark and textured, while the fronds are green and fan-like, creating a complex pattern against a clear, bright blue sky. A light-colored path or walkway is visible at the bottom of the frame, receding into the distance between the trees.

**2. ACTIVITATS EN MATÈRIA
D'ASSISTÈNCIA I INSPECCIÓ TURÍSTICA.
DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME**

2.1. PREVENCIÓ I PROTECCIÓ CONTRA INCENDIS

Les actuacions de prevenció i protecció contra incendis s'han dirigit als establiments d'allotjament turístic i a aquest efecte s'han dut a terme 17 visites en tota la Comunitat Valenciana durant 2018.

En 2018 s'han dut a terme les actuacions d'inspecció en matèria de prevenció i protecció contra incendis en els establiments d'allotjament turístic reflectits en el quadre anterior. La gestió del programa consisteix a fer visites d'inspecció per part d'enginyers habilitats, ordenades des del Servei d'Assistència i Inspecció Turística, les quals s'han dut a terme a petició dels serveis territorials instructors dels expedients sancionadors amb la finalitat de resoldre o aclarir qüestions tècniques en matèria d'incendis, necessàries per a les propostes de resolució de cara a les resolucions sancionadores que posen fi als expedients sancionadors.

2.2. CONTROL DEL COMPLIMENT DE LA NORMATIVA TURÍSTICA

■ 2.2.1. Gestió de reclamacions i inspecció

Amb l'objectiu d'eleva la qualitat de l'oferta existent i assegurar l'esmena de les possibles deficiències o irregularitats que puguen sorgir, com també de garantir el compliment adequat de les obligacions envers els usuaris i detectar les activitats que operen en la clandestinitat, durant l'exercici 2018 s'han dut a terme les accions següents:

- A.** Gestió de reclamacions: s'han rebut i s'han tramitat 1.229 reclamacions d'usuaris turístics amb el desglossament següent: a Alacant, 579; a València, 355, i a Castelló, 295.
- B.** Inspeccions: respecte a l'activitat inspectora, s'han dut a terme 2.158 actuacions que s'han de repartir com s'indica a continuació: a Alacant, 547; a Castelló, 861, i a València, 750.

■ 2.2.2. Activitats contra l'intrusisme

Des d'aquest departament de turisme s'impulsen polítiques de control a través de la inspecció turística dirigides a millorar la qualitat i els serveis. Aquestes polítiques inclouen actuacions de comprovació en els grans portals de reserves per a investigar la publicitat de l'oferta inscrita, canal que en l'actualitat és el més utilitzat pels turistes i els particulars que ofereixen els seus habitatges, així com totes les destinades a garantir la qualitat dels serveis que es presten i dels drets dels usuaris turístics, juntament amb el control i la informació per als turistes.

El resultat de les actuacions iniciades l'any 2016 en relació a expedients sancionadors a plataformes d'Internet va ser la col·laboració per part de determinades plataformes, les quals van manifestar la voluntat per complir la normativa autonòmica que obligava a publicar el número d'inscripció de l'habitatge turístic en els portals i a indicar els canvis tècnics corresponents per a ajustar-se correctament a la normativa també en els seus webs respectius.

L'Administració va valorar positivament aquesta nova línia d'actuació, si bé la inspecció turística va comprovar que altres plataformes continuaven actuant sense complir amb el que estableix la, aleshores vigent Llei 3/98, de turisme, i, per tant, davant d'aquesta omisió qualificada com a incompliment molt greu de l'article 52.5 de la llei, va procedir a incoar en 2016 expedients sancionadors a les plataformes d'Internet HomeAway, Niumba, Milanuncios, Airbnb, Fotoalquiler, Rentalia i Yaencontre-Jahetrobat per no publicar en els seus webs els números de registre dels habitatges turístics que comercialitzen. Aquests expedients es troben ja finalitzats en via administrativa.

En l'exercici 2017 es van obrir expedients sancionadors a les plataformes següents:

- ▶ Vacaciones España, Locasun, Tucasa, i Windu.
- ▶ En l'exercici 2018 n'han finalitzat els següents: HomeAway, Rentalia, Vacaciones España, Locasun, Media Vacaciones, Destinia, Tucasa.

I s'han obert, al llarg de l'any, expedients sancionadors a les plataformes següents:

- ▶ Milanuncios
- ▶ Novasol
- ▶ IHA (diligències prèvies)

Adicionalment, s'han arxivat en 2018, per esmena, els expedients oberts a les plataformes següents:

- Vibbo, Brujulea, Interhome, Alquiler Playa, E-domizil, Casaspain, Fotocasa, Rentalia, Altamar, Edessa, Raymar, Dormiroom, Way to stay i Friendly rentals.

En resum, des de l'inici del programa en 2016 fins al moment present s'han obert 34 procediments a plataformes de lloguer turístic per Internet per no incloure en els seus webs el número de registre dels habitatges que publiciten. D'aquestes, 18 són diligències prèvies, 15 de les quals han conclòs amb l'arxiu per haver-se esmenat les deficiències i tres estan obertes. En 16 casos s'han obert expedients sancionadors, dels quals s'han finalitzat 15, i s'han imposat sancions per un import global de 164.401 euros.

■ 2.2.3. Plans d'inspecció

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

Els plans es divideixen en dues parts:

Pla general dirigit a:

- L'elaboració d'informes, la redacció d'actes, la comprovació de reclamacions, el control d'activitats o serveis que duguin a terme les persones físiques i les empreses turístiques derivades de l'accés lliure als serveis i l'exercici d'aquest (Directiva 17/2009).
- L'assessorament i la informació dels distintius dels establiments dels subsectors turístics, segons la nova regulació d'aquests que preveia dos anys per a implantar-la (Decret 2/2017, del president, pel qual s'estableixen distintius corresponents a les empreses i als establiments turístics).

- La comprovació de la qualitat de la planta hotelera, que en 2018 va centrar-se en els hotels de tres estrelles. Durant 2018 s'han inspeccionat 120 establiments hotelers, dels quals 67 són de València; 18, de Castelló, i 35, d'Alacant.
- La verificació i la comprovació que la classificació de les altes tramitades en el Registre d'Allotjament Rural en el període 2012-2014 s'haja fet correctament. Durant 2018 s'han inspeccionat 133 allotjaments rurals, dels quals 34 són de València; 37, d'Alacant, i 62, de Castelló.

Plans especials dirigits a:

- L'estat de les instal·lacions en els campaments de turisme. La comprovació dels sistemes d'evacuació i emergències. Durant 2018 s'han inspeccionat 51 campaments turístics, dels quals 32 són de València; 12, de Castelló, i 7, d'Alacant.
- L'actualització i la depuració del Registre d'Habitatges Turístics corresponent a les inscripcions fetes en el període 1993-2010. Durant 2018 es van fer 1.642 comprovacions en el Registre, de les quals 683 es corresponen amb València; 673, a Castelló, i 286, a Alacant.
- Actuacions contra l'intrusisme.

Les actuacions més rellevants en la lluita contra l'intrusisme al llarg de 2018 han sigut les següents:

Es va dur a terme la huitena comissió sobre intrusisme en el sector turístic el mes de novembre amb l'assistència de quasi la totalitat dels membres. Es va informar de les actuacions desenvolupades contra l'intrusisme per part de la secretària autonòmica. Es van presentar les campanyes de comunicació finançades per Turisme Comunitat Valenciana a través de les convocatòries d'ajudes 2018: Avacu, Fevitur i l'Associació d'Empresaris d'Alcalà-Alcossebre.

Col·laboració amb la Policia Local en la lluita contra l'intrusisme en habitatges turístics:

Després de la reunió amb l'Ajuntament de Gandia en 2018, es va ampliar i s'ha millorat la col·laboració iniciada en 2017, que ara es fa en tots els períodes vacacionals de l'any. Així, es van dur a terme 94 actuacions de detecció d'habitatges turístics en coordinació amb els agents d'inspecció, cosa que suposa un 522% d'increment sobre 2017.

S'hi van incorporar nous ajuntaments: Sax, Dénia, Peníscola i Benicarló, i es van establir les bases per a futures actuacions.

En diverses reunions mantingudes al llarg de 2018 amb l'Ajuntament de València, aquest ha manifestat interès a participar en aquesta línia de col·laboració, que va culminar en la subscripció d'un protocol d'intencions entre el consistori i Turisme CV.

Campanya d'estiu 2018:

La campanya d'estiu dirigida a la lluita contra l'intrusisme en habitatges turístics s'ha realitzat amb total normalitat i hi ha destacat la bona col·laboració amb la Policia Autonòmica. Cal assenyalar la independència de l'actuació de la Policia Autonòmica respecte a l'actuació de l'any anterior (la qual estava unida a la inspecció turística), que ha mantingut una coordinació estreta amb la inspecció turística adscrita als serveis territorials de turisme, i la continuïtat en la col·laboració amb els municipis costaners de la Comunitat Valenciana a través de protocols de col·laboració.

Es va organitzar una xicoteta activitat formativa en els serveis territorials destinada als agents dels cossos de seguretat i es van facilitar les fitxes dissenyades específicament amb instruccions per a emplenar-les correctament.

Com a resultats més notables de la campanya es pot esmentar la comprovació global de 9.726 habitatges turístics mitjançant l'acció conjunta de la inspecció turística i la de la Unitat de la Policia Nacional adscrita a la Generalitat i diverses policies locals.

La campanya va comprendre els mesos de juliol, agost i setembre de 2018 i el resultat que se'n desprén quant a visites, actes i informes és el següent:

	NRE. DE VISITES	NRE. D'ACTES	NRE. D'INFORMES
PROVÍNCIA D'ALACANT	5.536	29	26
PROVÍNCIA DE CASTELLÓ	447	13	33
PROVÍNCIA DE VALÈNCIA	3.743	13	86
TOTAL	9.726	55	145

Com a resultat de l'esforç fet al llarg de les campanyes estivals, i també durant la resta de l'any, s'indiquen a continuació els resultats globals anuals següents quant a les altes en habitatges turístics en el període

2014-2018:

	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
PROVÍNCIA D'ALACANT	2.303	3.578	7.010	10.300	10.627	33.818
PROVÍNCIA DE CASTELLÓ	803	1.852	2.658	2.403	2.813	10.529
PROVÍNCIA DE VALÈNCIA	747	955	3.180	3.486	3.741	12.109
TOTAL	3.853	6.385	12.848	16.189	17.181	56.456

Adicionalment, en 2018 en el marc de la campanya d'estiu s'ha propiciat l'alta en el Registre de Turisme de trenta noves empreses gestores.

■ 2.2.4. Tramitació d'expedients sancionadors i recursos

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

	2018
PROVÍNCIA D'ALACANT	54
PROVÍNCIA DE CASTELLÓ	36
PROVÍNCIA DE VALÈNCIA	64
TOTAL	154

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

	2018
PROVÍNCIA D'ALACANT	7
PROVÍNCIA DE CASTELLÓ	2
PROVÍNCIA DE VALÈNCIA	5
TOTAL	14

Es troben pendents de resoldre els recursos contenciosos administratius següents en els jutjats interposats per:

- ▶ Airbnb
- ▶ Hotel Atarazanas
- ▶ Apartamentos Maryciel
- ▶ Wimdu GMBH
- ▶ Hotel La Estación
- ▶ Vacaciones 3000 Costa Azahar
- ▶ Viajes El Corte Inglés (dos expedients)
- ▶ Camping Titus
- ▶ Oliwood Beach
- ▶ Santara Resort
- ▶ Dolores García Orient



2.3. DECLARACIONS D'INTERÉS TURÍSTIC

De conformitat amb el Decret 119/2006, de 28 de juliol, del Consell, regulador de les declaracions de festes, itineraris, publicacions i obres audiovisuals d'interés turístic de la Comunitat Valenciana, en l'exercici 2018 s'han dut a terme quinze declaracions de festes d'interés turístic, de les quals dues són festes d'interés turístic autonòmic, huit són festes d'interés turístic provincial, quatre són festes d'interés turístic local, i una és itinerari d'interés turístic local. Es van desestimar dues sol·licituds per informe desfavorable i no se'n va admetre una per no adaptar-se a la normativa d'aplicació en la declaració de festa d'interés turístic de la Comunitat Valenciana.

■ 2.3.1. Festes d'interés turístic AUTONÒMIC

- ▶ **Festes majors patronals de Benidorm (Alacant).** Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data 12 de novembre de 2018 (DOGV 11/12/2018).
- ▶ **Dia de les Paelles de Benicàssim (Castelló).** Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data 7 de novembre de 2018 (DOGV 26/11/2018).

■ 2.3.2. Festes d'interés turístic PROVINCIAL

- ▶ **Setmana Santa d'Alboraia (València).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data 16 de gener de 2018 (DOGV de 07/02/2018).
- ▶ **Fira tradicional d'Atzeneta del Maestrat (Castelló).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data 29 de gener de 2018 (DOGV de 15/02/18).
- ▶ **La Matxada d'Almassora (Castelló).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data 04 d'abril de 2018 (DOGV de 30/04/2018).

- ▶ **Desembarcament, festes de Moros i Cristians del Campello (Alacant).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data 07 de novembre de 2018 (DOGV de 05/12/2018).
- ▶ **La Passejada de Sant Onofre de Quart de Poblet (València).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data 14 de març de 2018 (DOGV de 12/04/2018).
- ▶ **Moros i Cristians en honor a Sant Pere Apòstol de Benissa (Alacant).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data de 01 d'agost de 2018 (DOGV de 21/08/2018).
- ▶ **Romeria del Santíssim Crist de la Salut del Palmar pel Reial Llac de l'Albufera del Palmar (València).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data de 7 de novembre de 2018 (DOGV 22/11/2018).
- ▶ **Les Falles de Benaguasil (València).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data de 7 de novembre de 2018 (DOGV 26/11/18).

■ 2.3.3. Festes d'interés turístic LOCAL

- ▶ **Festa de les Cartes i la Rondalla de la Puríssima d'Albocàsser (Castelló).** Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data de 28 de maig de 2018 (DOGV 7/06/2018).
- ▶ **Ball Pla de Sant Mateu (Castelló).** Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data de 15 de març de 2018 (DOGV 23/03/2018).
- ▶ **Escenificación de Jueves Santo de Rojas (Alacant).** Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data de 14 de maig de 2018 (DOGV 25/05/2018).
- ▶ **Moros y Cristianos de Callosa de Segura (Alacant).** Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data de 31 de juliol de 2018 (DOGV 21/08/2018).

■ 2.3.4. Itineraris d'interés turístic LOCAL

Ruta de las Ermitas de Ayora (València). Declarada festa d'itinerari d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per la Resolució del secretari autonòmic de Turisme, de data de 7 de novembre de 2018 (DOGV 05/12/2018).

■ 2.3.5. Festes d'interés turístic nacional

Adicionalment es van tramitar amb un informe favorable dues sol·licituds de festes d'interés turístic nacional de conformitat amb l'Ordre ITC/1763/2006, de 3 de maig, per la qual es regula la declaració de festes d'interés turístic nacional i internacional.

- ▶ **Festes de Moros i Cristians d'Ontinyent (València).** Es va remetre l'informe favorable a la Secretaria d'Estat del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme el 18 d'abril de 2018.
- ▶ **Festes patronals en honor a Sant Antoni Abat de Canals (València).** Es va remetre l'informe favorable a la Secretaria d'Estat del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme el 7 de juny de 2018.

2.4. DECLARACIONS DE MUNICIPI TURÍSTIC

Durant 2018, el nombre total de municipis que van ser declarats municipi turístic ha ascendit a 7 pel Decret 18/2018, de 9 de març, del Consell, amb el desglossament per províncies següent:

- ▶ **València:** Sollana, Yátova, Estivella
- ▶ **Castelló:** Benlloc, Càlig, Sant Jordi
- ▶ **Alacant:** Crevillent

2.5. PLANS DE DINAMITZACIÓ I GOVERNANÇA TURÍSTICA

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

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

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

Aquests plans s'articulen a través de la signatura d'un conveni marc (anteriorment, un protocol general de col·laboració), amb un àmbit temporal de 3 anys, entre Turisme Comunitat Valenciana, les diputacions provincials, les mancomunitats i les associacions empresarials turístiques, i un conveni posterior de col·laboració anual.

El cost dels plans de competitivitat turística el financen a parts iguals les administracions signants: Turisme Comunitat Valenciana, diputacions provincials i les mancomunitats o les associacions que hi intervinguen.

Durant 2018 han conclòs els plans de competitivitat turística iniciats en 2016, han continuat els de dinamització i governança turística de 2017 i s'han iniciat alguns de nous, amb la signatura prèvia dels convenis marc corresponents, segons el detall que figura més a baix.

ALACANT:

- ▶ Mancomunitat l'Alcoià i el Comtat
- ▶ Mancomunitat Intermunicipal Vall de Pop
- ▶ Associació Intermunicipal Turística del Baix Segura
- ▶ Associació Vinalopó

CASTELLÓ:

- ▶ Mancomunitat Intermunicipal de l'Alt Palància
- ▶ Mancomunitat Espadà-Millars
- ▶ Mancomunitat Comarcal els Ports
- ▶ Associació Intermunicipal Catí, Culla, Benassal i Ares del Maestrat
- ▶ Associació Intermunicipal de Municipis del Penyagolosa

VALÈNCIA:

- ▶ Mancomunitat de l'Alt Túria
- ▶ Mancomunitat de Municipis de la Vall d'Albaida
- ▶ Consorci la Ribera
- ▶ Mancomunitat de municipis de la Safor
- ▶ Ajuntament de Sagunt
- ▶ Mancomunitat de la Canal de Navarrés
- ▶ Mancomunitat de la Foia de Bunyol-Xiva
- ▶ Mancomunitat del Carraixet

Durant 2018 s'han formalitzat quatre convenis marc i onze convenis singulars, com s'especifica a continuació:

Província d'Alacant

CONVENIS

- ▶ Mancomunitat Intermunicipal Vall de Pop

Província de Castelló

CONVENI MARC

- ▶ Associació Intermunicipal Municipis del Penyagolosa

CONVENIS

- ▶ Mancomunitat Intermunicipal de l'Alt Palància
- ▶ Mancomunitat Espadà-Millars
- ▶ Mancomunitat Comarcal els Ports
- ▶ Associació Intermunicipal Catí, Culla, Benassal i Ares del Maestrat

Província de València

CONVENIS MARC:

- ▶ Mancomunitat del Carraixet
- ▶ Mancomunitat de la Canal de Navarrés
- ▶ Mancomunitat de la Foia de Bunyol-Xiva

CONVENIS:

- ▶ Mancomunitat de l'Alt Túria
- ▶ Mancomunitat de Municipis de la Vall d'Albaida
- ▶ Consorci la Ribera
- ▶ Ajuntament de Sagunt i municipis del Camp de Morvedre
- ▶ Mancomunitat de Municipis de la Safor
- ▶ Mancomunitat del Carraixet

A continuació es detalla, per a cada un dels convenis signats, un resum de les actuacions més rellevants contingudes en aquests:

Província d'Alacant

▶ MANCOMUNITAT INTERMUNICIPAL VALL DE POP

Infraestructures i equipament turístics, principalment referits a l'oficina de turisme de la mancomunitat i a la xarxa de sendes i recursos turístics del territori.

Província de Castelló

▶ MANCOMUNITAT INTERMUNICIPAL DE L'ALT PALÀNCIA

S'hi han implementat al 100% els plans d'interpretació i senyalització turística, el de comunicació i posicionament dels productes turístics i la reivindicació del valor turístic dels principals esdeveniments culturals i agroalimentaris de la mancomunitat.

▶ MANCOMUNITAT ESPADÀ-MILLARS

Campanya de comunicació i publicitat, equipament per a fires i esdeveniments, creació d'una ruta ciclista de muntanya (BTT), ruta autoguiada QR; material promocional gràfic, constitució d'un banc d'imatges, creació de la marca turística, un portal web turístic i una estratègia de màrqueting en línia.

► **MANCOMUNITAT COMARCAL ELS PORTS**

Promoció i comercialització de la marca dels Ports, desenvolupament del producte GR-331 dels Ports: Camí de Conquesta, amb el disseny i la impressió de materials tècnics per a promocionar la senda; desenvolupament de noves tecnologies que servisquen de suport i milloren l'experiència turística de les visites als municipis de la mancomunitat.

► **ASSOCIACIÓ INTERMUNICIPAL CATÍ, CULLA, BENASSAL I ARES DEL MAESTRAT**

Campanyes de publicitat, instal·lació de panells i pantalles informatius, organització de la III MBT Alt Maestrat, organització d'esdeveniments turístics de l'Alt Maestrat, museïtzació d'edificis historicoturístics (el molí de Sol de la Costa, la cova del Castell, el Forn de Dalt i l'antic hospital), condicionament i senyalització de rutes, sendes i recursos turístics com també d'instal·lacions d'interès turístic.

Província de València

► **MANCOMUNITAT DE L'ALT TÚRIA**

Millora de la xarxa de sendes i rutes, desenvolupament de la marca i els productes de l'Alt Túria, així com la comercialització i la comunicació de la marca; elaboració de material divulgatiu i promocional; formació, participació i realització d'esdeveniments promocionals.

► **CONSORCI LA RIBERA**

Equipament turístic, en què destaca la senyalització de rutes per a vianants i bicicletes i la recuperació i l'adequació del patrimoni (el molí de Monsalvà, l'Espai Jove d'Algemesí); màrqueting, comercialització i implantació de la marca Ribera del Xúquer, i creació de la imatge turística.

► **MANCOMUNITAT DE MUNICIPIS DE LA VALL D'ALBAIDA**

Accions de comunicació i promoció turística: assistència a fires de turisme, campanya de màrqueting de la ruta Jaume I; creació de suports de comunicació per a productes: fullet mapa de la Vall d'Albaida traduït a anglés i francès. Aplicació de noves tecnologies: integració del planificador turístic en el web turístic de la Vall d'Albaida. Impuls al producte de turisme experiencial: assistència tècnica i accions de formació a empreses.

► **SAGUNT-CAMP DE MORVEDRE**

Creació d'un web d'accessibilitat i el web de la Film Office, disseny i creació del producte turístic Camp de Morvedre, pla de màrqueting per al desenvolupament turístic i pla de comunicació per a llançar una campanya de difusió comarcal; redacció del projecte per a la creació d'un centre d'interpretació de la via verda d'Ulls Negres, accions d'innovació tecnològica amb la instal·lació de pantalles interactives.

► **MANCOMUNITAT DE MUNICIPIS DE LA SAFOR**

Senyalística interpretativa del patrimoni comarcal, condicionament de miradors i punts d'observació d'aus, Tourist Info mòbil, accions en les xarxes socials, edició d'una guia gastronòmica de la comarca i servei integral per a la creació de productes de turisme actiu.

► **MANCOMUNITAT DEL CARRAIXET**

Creació d'un mapa d'agents turístics de l'Horta; estudi de consultoria per al disseny i la creació de productes turístics, jornades de descobriment de l'Horta, la ruta Camins del Carraixet per a dinamitzar i promoure la xarxa de camins del Carraixet, accions d'innovació en la promoció amb la instal·lació de tòtems LED en els municipis de la mancomunitat i la contractació d'un servei de comunicació integral del pla.

Amb l'anualitat de 2018, han conclòs els plans de competitivitat turística següents:

CASTELLÓ

- Mancomunitat Intermunicipal de l'Alt Palància
- Mancomunitat Espadà-Millars
- Mancomunitat Comarcal els Ports
- Associació Intermunicipal Catí, Culla, Benassal i Ares del Maestrat

VALÈNCIA

- Mancomunitat de l'Alt Túria
- Mancomunitat de Municipis de la Vall d'Albaida

Els plans següents han finalitzat la segona anualitat:

VALÈNCIA

- Mancomunitat de la Safor
- Sagunt-Camp de Morvedre
- Consorci la Ribera
- Mancomunitat de la Vall de Pop

Han iniciat la primera anualitat els plans següents:

VALÈNCIA

- Mancomunitat del Carraixet

3. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE COMPETITIVITAT TURÍSTICA



3.1. ACCIONS DE FIANÇAMENT DE L'EXCEL·LÈNCIA

La difusió de la cultura de l'excel·lència, d'un comportament respectuós i sensible amb el medi ambient i d'ús i gaudi per tots els usuaris s'instrumentalitza a través del programa Qualitur. Qualitur reforça les línies d'actuació en matèria de modernització empresarial i especialment en la certificació de sistemes de gestió de la qualitat, el medi ambient i l'accessibilitat.

Les actuacions fetes al llarg de 2018 es concreten principalment en els programes següents:

- ▶ Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions Comunitat Valenciana (SICTED CV).
- ▶ Programa de consolidació i promoció de Qualitur Club
- ▶ Impuls a la normalització i la certificació en el sector turístic

■ 3.1.1. Consolidació del Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions Comunitat Valenciana - SICTED CV



El SICTED (Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions), metodologia de la Secretaria d'Estat de Turisme, té com a objectiu últim homogeneïtzar i incrementar els nivells de qualitat en la prestació de serveis turístics dins d'una destinació. El projecte es basa principalment en la bona governança i en la col·laboració interadministrativa (amb participació de les tres administracions: la nacional, l'autonòmica i la local) i, amb la col·laboració publicoprivada.

La Comunitat Valenciana va llançar el SICTED l'any 2012, després de la signatura el 25 de maig de 2012 del primer conveni de col·laboració entre Turisme Comunitat Valenciana i la Secretaria d'Estat de Turisme, pel qual aquesta última cedia la metodologia per implantar-la a la Comunitat Valenciana. El 20 de juliol de 2016 es va signar un nou conveni de les mateixes característiques i es va continuar el projecte pel període 2016-2020.

Turisme Comunitat Valenciana ha desenvolupat una sèrie d'actuacions en diferents plans en el marc del SICTED dirigides a assessorar els diferents agents que hi participen, defensar els interessos de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana en un àmbit nacional i difondre la marca Compromís Qualitat Turística.

Les actuacions fetes al llarg de 2018 han estat dirigides a:

- **L'assistència tècnica als serveis turístics participants:** amb la signatura del conveni de col·laboració amb el Consell de Cambres de Comerç, Indústria, Serveis i Navegació de la Comunitat Valenciana, signat el 23 de maig, s'han facilitat formació, tallers de resolució de dubtes, visites d'assessorament i s'han dut a terme avaluacions. Tot això amb l'objectiu que els serveis turístics puguin obtenir el distintiu Compromís Qualitat Turística. En aquest marc s'han executat al voltant de 2.000 accions durant l'exercici 2018.
- **Suport a noves incorporacions de destinacions:** Turisme Comunitat Valenciana va donar suport en 2018 a l'adhesió de noves destinacions al projecte. En aquest sentit s'han mantingut reunions bilaterals amb les destinacions interessades de la Comunitat Valenciana per a fer-los conèixer els passos que cal seguir i assessorar-les en l'adhesió i l'inici de la implantació. Les destinacions adherides en 2018 són: Vinaròs, Altea, Biar i Oliva.



- **Vocals en meses de qualitat.** Un dels pilars d'aquesta metodologia en la destinació turística és la mesa de qualitat de la destinació, que presideix l'ens gestor i amb vocals de les associacions més representatives d'empresaris turístics. Turisme Comunitat Valenciana, a través del servei amb competències en qualitat turística, té vocals en cada una de les meses de les 28 destinacions SICTED CV i assisteix a totes les reunions que es fan al llarg de l'any. Entre les funcions dels vocals destaca la de vetlar per la implantació correcta del projecte que garantisca el compliment de les exigències de la metodologia.

- **Actes de lliurament de distintius.** Amb caràcter anual, es fa en cada una de les destinacions SICTED un acte de reconeixement pel qual es fa el lliurament del distintiu Qualitat Turística a cada un dels serveis que compleixen amb els compromisos definits. Per a reforçar la difusió en els mitjans tant del projecte com de les empreses turístiques que fan l'esforç per millorar dia a dia, els alts càrrecs de Turisme de la Generalitat coordinen agendes i, en col·laboració amb les destinacions adherides, participen en cada un dels actes.
- **Comité Interdestinacions CV.** Amb l'objectiu de crear una xarxa de gestors i generar sinergies entre les destinacions SICTED CV, des de l'any 2016 i amb caràcter anual, Turisme Comunitat Valenciana convoca una trobada amb els dinamitzadors del projecte per a fer-ne un balanç i consensuar-ne noves iniciatives.

El 24 d'abril de 2018 es va dur a terme el III Comité Interdestinacions CV al CdT de Gandia, on es va impartir un taller específic de dinamització de grups de millora.



- **Comité Interdestinacions nacional:** Des de l'any 2017, la Comunitat Valenciana té vocals en el Comité Interdestinacions nacional, òrgan de govern del sistema encarregat d'articular les actuacions que s'han de dur a terme per a assolir els objectius marcats i planificar l'estratègia de creixement i evolució del SICTED. Així mateix, li correspon supervisar la implantació correcta del model a tots els nivells i per part de tots els agents participants.

En 2018, Turisme Comunitat Valenciana ha assistit a les tres reunions que ha convocat la Secretaria d'Estat:

- ▶ 18 de gener
 - ▶ 27 de juny
 - ▶ 28 de novembre
- ▶ **Revisió metodològica:** A mitjan 2017, la Secretaria d'Estat de Turisme va constituir el Comité de Revisió Metodològica (CRM), integrat per la Secretaria mateixa, la Federació de Municipis i Províncies, les comunitats autònomes amb conveni de col·laboració i algunes destinacions de comunitats autònomes sense conveni. El CRM té com a principal funció prendre decisions estratègiques en la revisió metodològica del SICTED i se situa per damunt del Comité Interdestinacions a l'hora de prendre decisions relatives a la metodologia. La Comunitat Valenciana va participar fins que es va dissoldre, a mitjan 2018, amb propostes de modificacions i millores i va assistir a les dues reunions que es van fer al llarg de l'any.
- ▶ **Anàlisi de baixes:** Al llarg de 2018 es va dur a terme una anàlisi de l'ús de la marca Compromís Qualitat Turística per tal de garantir que es fa un ús correcte d'aquesta i evitar que les baixes produïdes no continuaren exposant aquest guardó. Les conclusions van ser que la majoria de serveis turístics distingits que s'han donat de baixa en el sistema no fan ús d'aquest distintiu, llevat de poques excepcions en cas de suports digitals.
- ▶ **IX edició dels Premis SICTED:** En el marc de Fitur, la Secretaria d'Estat de Turisme efectua el lliurament dels Premis SICTED. En 2018 es van lliurar en IFEMA els premis relatius a la trajectòria de 2017 en les quatre categories: millor destinació, millor gestor, millor administració pública supramunicipal i millor projecte de millora. L'Ajuntament de Peníscola va ser el segon finalista del Premi al Millor Projecte de Millora SICTED 2017 pel projecte "Peníscola familiar".
- ▶ **XV Fòrum SICTED:** trobada anual organitzada per la Secretaria d'Estat de Turisme que constituïa un punt de trobada entre experts i professionals del sector, en què s'exposaven i es debaten diferents temàtiques d'interés per al sector turístic en general i, en particular, per a les destinacions que apostaven per la qualitat com a eix del desenvolupament de les seues estratègies competitives. L'últim fòrum es va celebrar l'any 2012. Turisme Comunitat Valenciana va suggerir la necessitat de reprendre aquesta trobada per a, entre d'altres, fer conèixer el canvi metodològic, i es va proposar com a seu per a celebrar-la.

El XV Fòrum SICTED 2018 es va celebrar a l'edifici Veles e Vents (València), els dies 29 i 30 de novembre de 2018, i va ser un exemple clar de coordinació interadministrativa. S'hi van inscriure 151 persones i va tindre 117 assistents, inclosos 66 representants de destinacions SICTED i comunitats autònomes, 29 experts turístics i ponents i 5 autoritats. L'esdeveniment va ser, a més, retransmés en directe per reproducció en continu, amb un total de 482 visualitzacions totals fetes per 256 visitants únics.



Durant les dues jornades es van celebrar les sessions d'obertura i clausura institucionals, en les quals van intervenir la secretària d'Estat de Turisme, el secretari autonòmic de Turisme de la Comunitat Valenciana, la primera tinenta d'alcalde i regidora de Turisme de l'Ajuntament de València, el president de SEGITTUR i el director general de Turisme Comunitat Valenciana.

Van tindre lloc dues taules redones, l'una dedicada a analitzar els efectes de la qualitat en la competitivitat i la sostenibilitat turístiques i l'altra dedicada a analitzar el futur dels sistemes de qualitat turística.

A més, hi van haver diverses ponències relacionades amb el desenvolupament dels sistemes de qualitat en diverses situacions i contextos, i en relació a qüestions com l'accessibilitat i la intel·ligència artificial aplicada al turisme.

Els tallers van aprofundir en les novetats que ha representat l'any 2018 per a la metodologia SICTED i com aplicar-les de manera pràctica en les destinacions.

Es va fer una sessió de presentacions ràpides en format petxa-kutxa per a exposar projectes concrets. Aquesta sessió innovadora va tindre molt d'èxit, i es preveu repetir-la i augmentar-la en futures edicions.

Els aspectes millor valorats de l'esdeveniment pels assistents van ser la seua selecció, l'organització i la planificació del fòrum, així com l'interés de les ponències exposades.

Sinergies amb programes autonòmics: En una fase consolidada d'implantació del SICTED, el projecte permet generar sinergies amb altres projectes de caràcter autonòmic. En 2018 hi destaquen:

- ▶ El programa d'hospitalitat de Turisme CV: En 2017 Turisme Comunitat Valenciana va adjudicar el programa "Hospitalitat mediterrània" de Turisme CV per a 2017-2018 amb l'objectiu de desenvolupar actuacions de sensibilització dirigides a turistes i prestataris de serveis per a fomentar com ser bons amfitrions i millorar la imatge de la Comunitat Valenciana com a destinació turística inclusiva. El programa "Hospitalitat mediterrània" es va incloure en la formació dirigida als serveis turístics de les destinacions SICTED i es van impartir al voltant de trenta jornades.
- ▶ Pla estratègic d'accessibilitat: Aprofitant els continguts formatius desenvolupats en el marc del Pla estratègic d'accessibilitat, es van adaptar aquests a les necessitats de la metodologia SICTED perquè els impartira el personal d'entitats camerals després d'haver-ne fet una formació prèvia.
- ▶ **Posicionament del projecte:** Segons les xifres, la Comunitat Valenciana va tancar l'exercici 2018 amb 28 destinacions SICTED i 967 distingits, i va posicionar-se a escala nacional com la segona destinació espanyola en nombre de distingits després d'Andalusia: representa el 16,9% del total nacional i ha experimentat un creixement del 16,23% respecte a l'any anterior.

Segons les destinacions adherides al projecte, el nombre es va incrementar a 28 (representen el 14,7% respecte al nombre de destinacions que participen a escala nacional) amb l'adhesió en 2018 d'Altea, Biar, Oliva i Vinaròs. D'aquesta manera, la província d'Alacant lidera el rànquing de destinacions adherides, que va ascendir a 12, seguit de la província de Castelló, amb 9 destinacions i València, amb 7 destinacions.

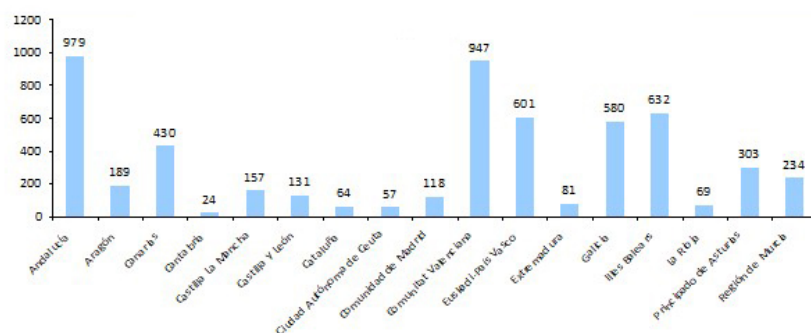
Respecte a la participació subsectorial i tenint en compte que hi poden participar fins a 35 subsectors turístics diferents, la Comunitat Valenciana destaca per la participació d'hotels, restaurants i comerços, una tendència similar a la participació nacional.

Atés el rànquing nacional, la Comunitat Valenciana lidera la primera posició en 11 dels 35 oficis reconeguts: artesans, bars i cafeteries, càmpings, comerços, espais escènics permanents, espais naturals protegits, parcs d'oci, platges, ports esportius, seguretat ciutadana i tallers turístics.

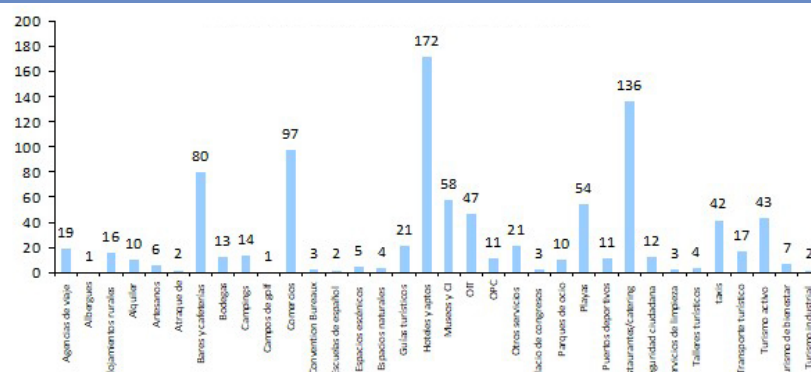
En 2018, la ciutat de València va ser la primera destinació en nombre de distingits a la Comunitat Valenciana, amb 121, que representen el 12,7% del total autonòmic, seguit de Gandia amb 111 i Alacant ciutat amb 76.

En conclusió, el projecte del SICTED a la Comunitat Valenciana es consolida i manté la taxa de creixement en nombre de distintius encara que a un ritme més moderat.

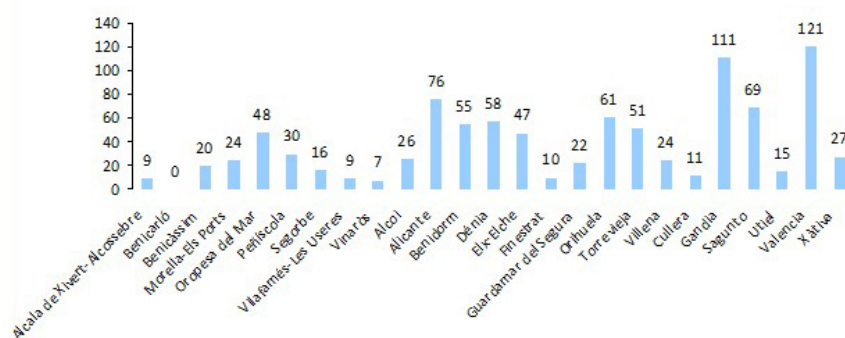
DISTRIBUCIÓ DEL NOMBRE DE DISTINGITS SICTED PER COMUNITATS AUTÒNOMES



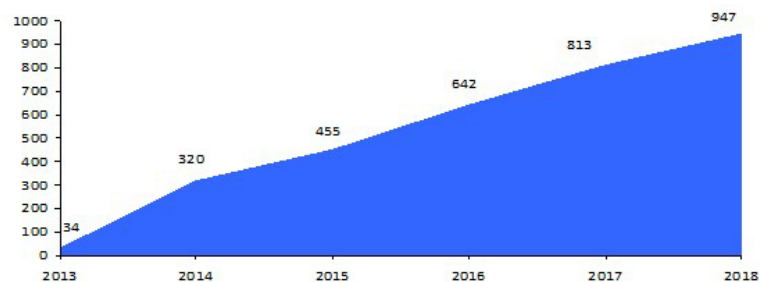
DISTRIBUCIÓ SECTORIAL DEL NOMBRE DE DISTINGITS



DISTRIBUCIÓ DEL NOMBRE DE DISTINGITS PER DESTINACIÓ SICTED CV



EVOLUCIÓ ANUAL D'ENTITATS DISTINGIDES DE LA COMUNITAT VALENCIANA



3.1.2. Programa de consolidació i promoció de Qualitur Club



Qualitur és el distintiu propietat de Turisme Comunitat Valenciana que s'atorga als serveis turístics de la Comunitat Valenciana que el sol·liciten per l'esforç que fan a favor de l'excel·lència.

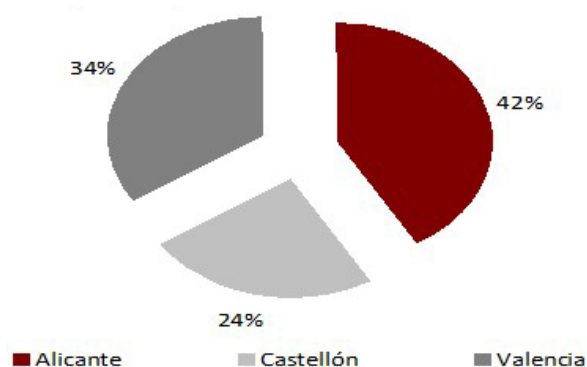
Al col·lectiu d'empreses i entitats turístiques de la Comunitat Valenciana que disposen d'algun certificat en vigor en gestió de qualitat, gestió ambiental i/o accessibilitat reconegut per Turisme Comunitat Valenciana se'l coneix com a Qualitur Club. Turisme Comunitat Valenciana actualment reconeix els models següents:

- ▶ En gestió de la qualitat: la norma internacional ISO 9001 i les normes associades a la marca Q Qualitat Turística de l'ICTE.
- ▶ En gestió ambiental: la norma internacional ISO 14001, el reglament europeu EMAS, la marca Ecolabel i la marca Parcs Naturals (de caràcter autonòmic).
- ▶ En accessibilitat: la norma nacional UNE 170001: 1/2 (criteris DALCO i Sistema de Gestió de l'Accessibilitat).

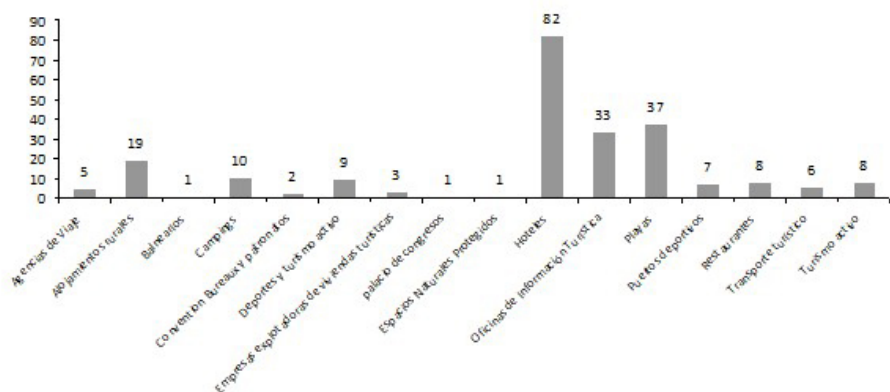
RESUM DELS MODELS DE CERTIFICACIÓ RECONEGUTS							
							
MODEL	Q Qualitat Turística	ISO 9001	ISO 14001	EMAS	ECOLABEL	PARCS NATURALS	UNE 170001/2
MATÈRIA	Gestió de la Qualitat		Gestió Ambiental				Accesibilitat
ÀMBIT	Nacional	Internacional		Europeu		Autonòmic	Nacional
ABAST	Sectorial	Intersectorial			Allotjaments	Sectorial	Intersectorial

En 2018 Qualitur Club estava integrat per 232 serveis turístics que aglutinaven un total de 366 certificats a la Comunitat Valenciana. La província d'Alacant té un total de 96 serveis certificats i representa el 42% del total de la Comunitat Valenciana, seguida de la província de València, que representa el 34% amb 80 i finalment la província de Castelló, que representa el 24% amb 56 certificats.

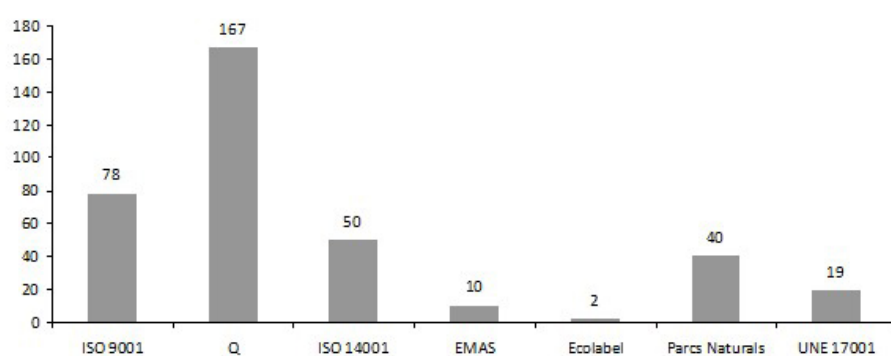
DISTRIBUCIÓ PERCENTUAL PROVINCIAL DELS SERVEIS TURÍSTICS CERTIFICATS



DISTRIBUCIÓ PERCENTUAL PROVINCIAL DELS SERVEIS TURÍSTICS CERTIFICATS

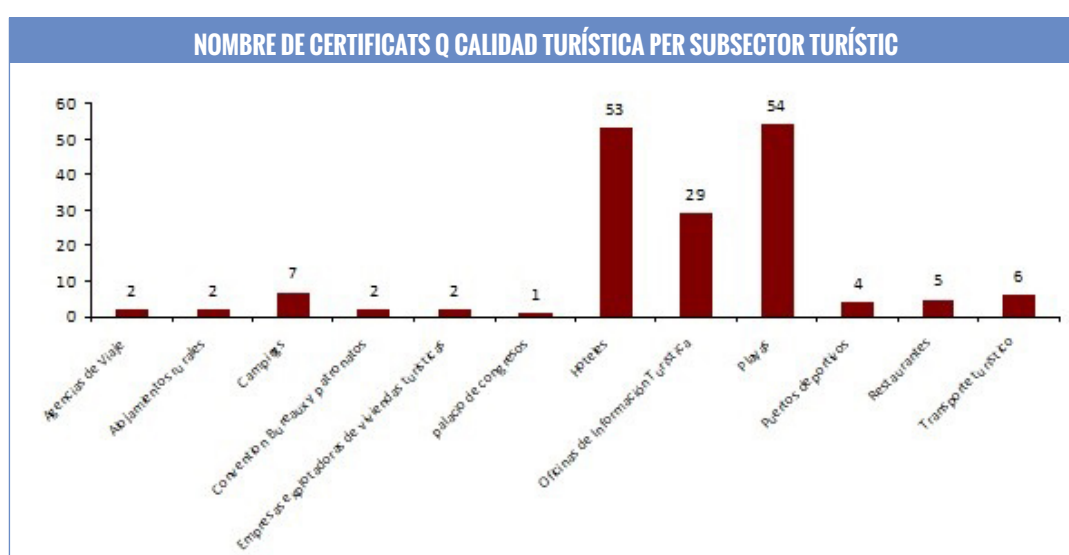
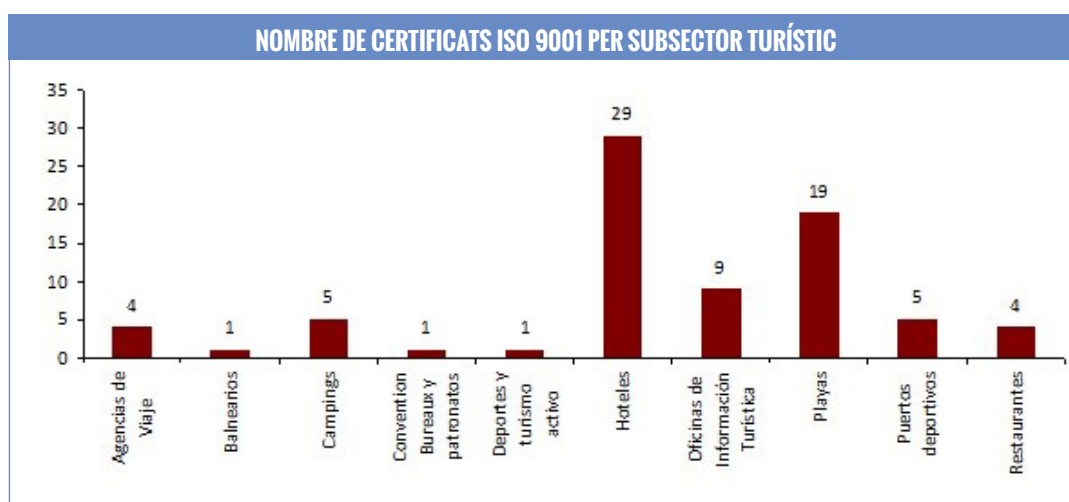


DISTRIBUCIÓ DEL NOMBRE DE CERTIFICATS PER MODEL

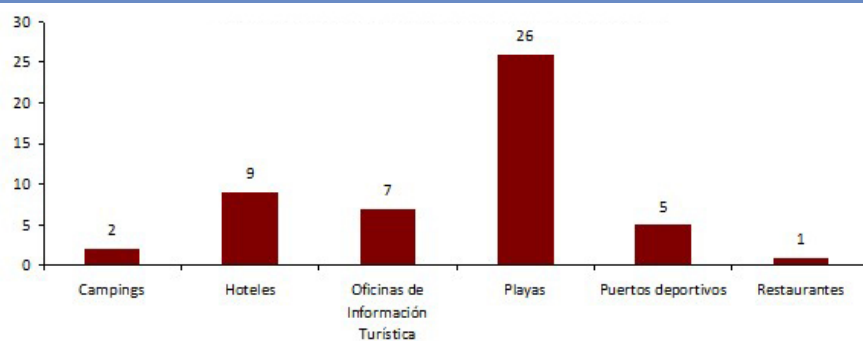


Per subsectors turístics, són els hotels i els apartaments turístics els que més aposten per models d'excel·lència i representen el 35,34% dels serveis certificats, seguit de les platges (15,94%) i les oficines d'informació turística (14,22%).

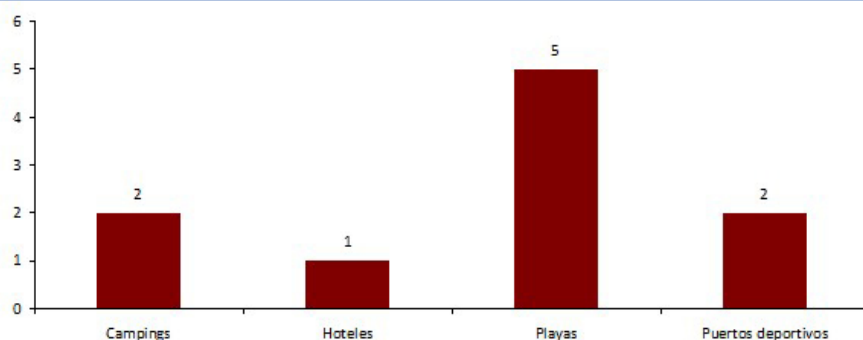
Respecte a la matèria del certificat, es manté la tendència de triar els models de qualitat més que els relatius al medi ambient, mentre que els certificats en accessibilitat experimenten un creixement molt lleu. Com mostra el gràfic, el 66,9% dels certificats són específics en gestió de la qualitat, és a dir, basats en la norma internacional ISO 9001 o en les normes associades a la Q Qualitat Turística que atorga l'ICTE; un 27,8% dels certificats són relatius a models en gestió ambiental (segons l'ISO 14001, el reglament europeu EMAS, Ecolabel i/o la marca autonòmica Parcs Naturals) i un 5,19% són certificats en accessibilitat.



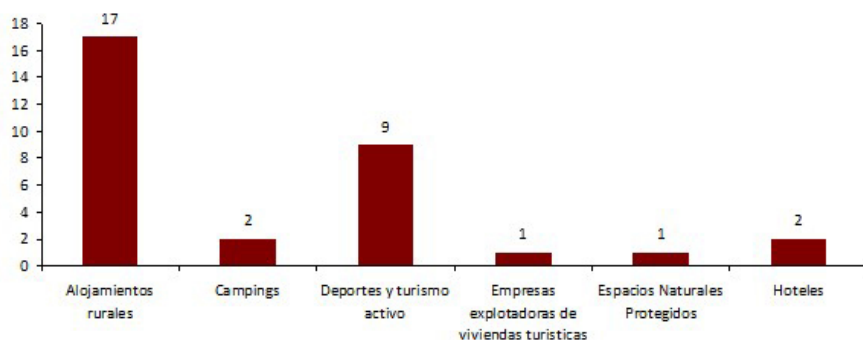
NOMBRE DE CERTIFICATS 14001 PER SUBSECTOR TURÍSTIC



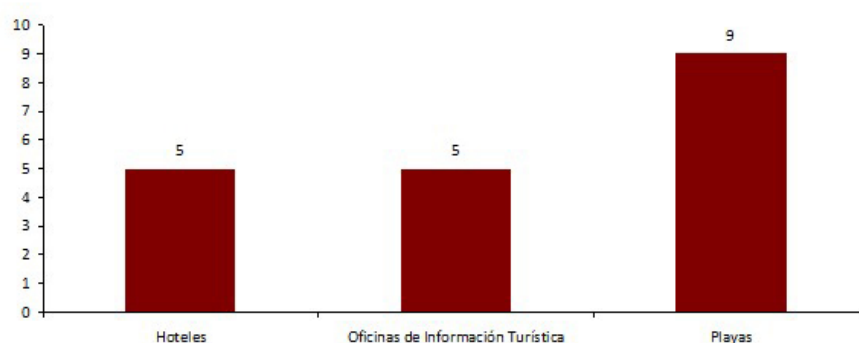
NOMBRE DE DECLARACIONES AMBIENTALES EMAS PER SUBSECTOR TURÍSTIC



NOMBRE DE CERTIFICATS MARCA PARCS NATURALS PER SUBSECTOR TURÍSTIC



NOMBRE DE CERTIFICATS UNE 140001 PER SUBSECTOR TURÍSTIC



De nou, com mostra el gràfic, la Q de Qualitat Turística és la marca més estesa en el territori de la Comunitat Valenciana i representa el 45,6%, seguida de la norma internacional ISO 9001 (21,31%). En gestió ambiental destaca l'aposta per la norma internacional ISO 14001, la qual representa 13,6% del total de certificats i el 49% sobre el total de certificats en matèria mediambiental, mentre que els certificats en accessibilitat mantenen una tendència moderada creixent.

Com que els hotels són el sector que més aposta per les certificacions, no és estrany que siga líder en el model basat en la norma ISO 9001, seguit del sector de platges.

Respecte al certificat Q de Qualitat atorgat per l'ICTE, el sector de platges en té el lideratge, i representa el 32% del total de guardons d'aquesta modalitat. D'altra banda, s'evidencia l'heterogeneïtat més alta dels sectors participants.

Els dos models de referència històricament relatius a medi ambient, la norma ISO 14001 i l'EMAS, també els encapçala el sector de platges, principalment per l'impacte que tenen aquests estàndards sobre un dels principals recursos del nostre model turístic per antonomàsia i sobretot per la línia d'incentius de Turisme Comunitat Valenciana dirigides a entitats locals.

La marca autonòmica Parcs Naturals continua com la preferida en serveis turístics de l'interior. Com mostra el gràfic, els allotjaments rurals són els que encapçalen el rànking, seguits de les empreses de turisme actiu.

Conveni Turisme Comunitat Valenciana i l'Institut de Qualitat Turística Espanyola: En una aposta per donar a conèixer la qualitat de l'oferta cultural dels museus com a element de competitivitat turística", Turisme CV i l'ICTE van signar un conveni de col·laboració en 2018 amb la finalitat de pilotar a la CV una futura norma de qualitat turística en museus.

Fruit d'aquest conveni i després de tres jornades provincials per a donar-lo a conèixer a les entitats més representatives del turisme cultural, 26 museus van rebre l'assessorament necessari per a conèixer el grau de compliment respecte a la norma de qualitat turística UNE 302002, una norma nacional de qualitat turística aplicable a museus i col·leccions museístiques.

El projecte va consistir a fer dues visites d'assistència tècnica a cada un dels museus participants amb l'objectiu de verificar, entre altres qualitats, la planificació de l'activitat, l'accessibilitat, la informació i l'atenció al visitant, així com la gestió de la seguretat en senyalística, els espais expositius, l'aparcament, etc.

Després de la finalització del projecte, dos museus de la Comunitat Valenciana (el Marq d'Alacant i el Museu Visigot de Riba-roja), van obtindre la certificació Q de Qualitat Turística, sent els dos primers museus d'Espanya a aconseguir aquest distintiu.

Quant a **actes de reconeixement**, cal esmentar la Noche Q: El 18 de gener es va assistir a la Noche Q, acte organitzat per l'ICTE, el qual convoca representants institucionals, empreses i entitats turístiques que en 2017 van obtenir o van renovar el certificat Q Qualitat Turística. L'acte va ser presidit per la secretària d'Estat de Turisme i el president de l'ICTE. De la Comunitat Valenciana es van convocar 39 empreses i entitats turístiques.

Lliurament de banderes Qualitur: El 4 de juny de 2018 es va celebrar al Club Nàutic de la Vila Joiosa l'acte de lliurament i la hissada de la bandera Qualitur, que s'atorga a les platges de la Comunitat que tenen aquest reconeixement per disposar d'algun certificat. A aquest acte es van convocar 35 entitats locals representants de 172 platges certificades.



■ 3.1.3. Programa d'impuls a la normalització i la certificació en el sector turístic

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

Els comitès tècnics de normalització són els responsables de l'elaboració i la revisió de les normes turístiques nacionals en qualitat i estan presidits per AENOR. Turisme Comunitat Valenciana va participar en 2018 en les actuacions que es van dur a terme relatives als comitès de normalització en els quals tenen vocals, en concret:

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

Els comitès tècnics de certificació, liderats per l'ICTE, són els òrgans en els quals s'estudien, es debaten i, si escau, s'aproven els expedients de l'oferta turística per a obtindre la Q Qualitat Turística.

Turisme Comunitat Valenciana va participar en 2018 en 6 comitès tècnics de certificació d'hotels i apartament turístics i en 4 comitès tècnics de certificació de platges i va arribar a valorar més de 600 expedients.

3.2. DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE DEL TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

► Impuls al turisme sostenible des de la Comissió Interdepartamental de Turisme de la Comunitat Valenciana:

La Comissió Interdepartamental de Turisme de la Comunitat Valenciana és l'òrgan col·legiat de coordinació i impuls en matèria de política turística segons estableix el Decret 161/2015, de 25 de setembre, del Consell, que modifica el Decret 99/2009, de 17 de juliol, pel qual es crea i es regula aquesta comissió.

El 28 de març es va celebrar la sessió d'aprovació del programa de treball 2018, amb un total de 85 noves actuacions entre conselleries que coordina Turisme Comunitat Valenciana, de les quals 53 estaven dirigides al turisme sostenible i responsable i 32 a promoure el turisme inclusiu i integral.



3.3. PROGRAMES D'AJUDES

■ 3.3.1. Ajudes dirigides a entitats locals de la Comunitat Valenciana

Turisme Comunitat Valenciana es planteja entre els seus objectius la modernització i la diversificació de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana i l'increment de la competitivitat de les destinacions turístiques.

Per a contribuir a assolir aquests objectius i en col·laboració amb les entitats locals de la Comunitat Valenciana, en 2018 es van posar en marxa dos programes de suport a entitats locals per a potenciar la col·laboració amb aquestes entitats des de la perspectiva del foment de la cooperació interadministrativa, la millora de la competitivitat del sector i la contribució al desenvolupament sostenible i responsable de l'activitat turística en el territori.

Aquesta línia d'ajudes de Turisme Comunitat Valenciana per a 2018 es va canalitzar a través d'una convocatòria pública per a garantir la concurrència competitiva entre tots els sol·licitants (Resolució de 14 de desembre de 2017). Va tindre com a beneficiaris ajuntaments de la Comunitat Valenciana, mancomunitats, organismes autònoms i ens públics dependents d'aquests, i va estructurar-se en els programes i els subprogrames següents:

PROGRAMA 1:

"Inversió en adequació i millora dels serveis i els recursos turístics"

El programa va tindre com a objecte el suport al finançament de projectes d'inversió que s'orientaren a la millora competitiva de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana a través de la modernització i la reivindicació del valor dels seus recursos, la millora de les estructures de la xarxa Tourist Info, la senyalització turística i la millora de la gestió mediambiental dels recursos i els serveis turístics. En concret, les activitats considerades subvencionables van ser:

1. Inversió en equipament i adequació d'espais d'ús turístic del litoral o de l'interior.
2. Creació de productes turístics, és a dir, actuacions com ara donar valor a un recurs que, en l'estat actual, no siga susceptible d'ús per la demanda turística.
3. Interpretació turística dels recursos per mitjà de la instal·lació *in situ* d'elements interpretatius.
4. Senyalització indicativa i/o direccional dels recursos turístics del municipi.
5. Millora de l'accessibilitat als recursos turístics mitjançant l'eliminació de barreres.
6. Actuacions que comporten una millora en el nucli urbà, així com la recuperació d'espais públics de les poblacions i l'entorn.
7. Habilitació o adequació d'espais dissuasius d'estacionament.
8. Compra de maquinària per a la neteja de les platges.
9. Inversió en oficines d'informació turística de municipis adherits a la Xarxa Tourist Info.

PROGRAMA 2:

"Competitivitat i desestacionalització de les destinacions turístiques"

El programa volia donar suport a les actuacions que milloraren la competitivitat de les destinacions, especialment les que contribuïren a la qualitat i la sostenibilitat dels seus recursos turístics, la prestació de serveis turístics, així com l'organització i la difusió d'esdeveniments i festes d'interés turístic com a vehicle de promoció de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana a través dels tres subprogrames següents:

Subprograma 2.1.

"Certificació de sistemes en recursos i serveis turístics"

Les actuacions previstes com a susceptibles de rebre ajuda són les relatives a despeses que corresponguen a l'obtenció, el manteniment i la renovació d'un certificat i a les platges i les oficines d'informació de la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana. Així mateix, es preveu com a cost subvencionable l'edició de material de promoció de l'excel·lència del recurs o el servei, entre la demanda turística, que en fomenta la desestacionalització.

Subprograma 2.2.

"Impuls a la imatge de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana"

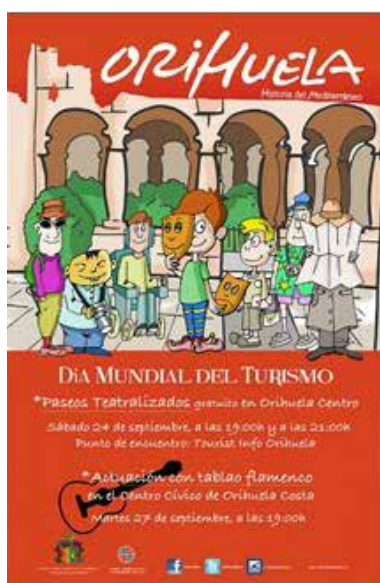
En aquest subprograma, les actuacions subvencionables són les relatives a despeses de campanyes de publicitat en mitjans de comunicació o altres suports de difusió i despeses d'organització de les festes declarades d'interés turístic internacional, nacional i autonòmic. També són subvencionables la promoció i la difusió d'esdeveniments que se celebren durant 2018 a la Comunitat Valenciana, en el mercat nacional o en mercats internacionals, vinculats a productes turístics de tipus cultural, patrimonial, rural, natural, gastronòmic, esportiu, de turisme actiu, de salut, benestar i oci que servisquen per a fer promoció.

Subprograma 2.3:

"Suport a la prestació de serveis turístics en els municipis"

Aquest subprograma va preveure com a despeses subvencionables els serveis característics dels informadors turístics, els guies en visites als recursos, la prestació de serveis al turista en recursos culturals, les despeses derivades de la seguretat i la vigilància en platges del litoral i d'interior (els serveis de socorrisme i salvament) i les despeses derivades de l'atenció i la vigilància d'espais naturals i àrees recreatives.

Alguns exemples:





A la convocatòria d'ajudes dirigides a entitats locals 2018 es van presentar un total de 573 projectes d'ajuntaments i patronats municipals de la Comunitat Valenciana amb la distribució per programes següent:

En xifres

	Programa 1	Subpr. 2.1	Subpr. 2.2	Subpr. 2.3	TOTAL
Avaluats segons l'objecte de la convocatòria com a FAVORABLES	251	32	103	106	492
Avaluats segons l'objecte de la convocatòria com a DESFAVORABLES	10	2	32	3	47
Desistiments expressos i tàcits	21	1	7	5	34
Inadmissions	0	0	0	0	0
TOTAL DE SOL-LICITUDS PRESENTADES	282	35	142	114	573

De les 573 sol·licituds presentades han resultat favorables un total de 492, cosa que suposa el 85,86%. És a dir, dues de cada tres sol·licituds presentades en 2018 van ser favorables i se'ls va concedir ajudes per a dur projectes a terme.

El percentatge de l'ajuda en cada programa va ser el següent:

PROGRAMA 1:

"Inversió en adequació i millora dels serveis i els recursos turístics"

- ▶ En municipis de fins a 1.000 habitants: 65% del cost subvencionable.
- ▶ En municipis d'entre 1.001 i 5.000 habitants: 60% del cost subvencionable.
- ▶ En municipis d'entre 5.001 i 20.000 habitants: 55% del cost subvencionable.
- ▶ En municipis de més de 20.000 habitants: 45% del cost subvencionable.

PROGRAMA 2:

"Competitivitat de les destinacions turístiques". Es va concedir per a cada un dels tres subprogrames els percentatges que s'indiquen

- ▶ En municipis de fins a 1.000 habitants: 70% del cost subvencionable.
- ▶ En municipis d'entre 1.001 i 5.000 habitants: 65% del cost subvencionable.
- ▶ En municipis d'entre 5.001 i 20.000 habitants: 60% del cost subvencionable.
- ▶ En municipis de més de 20.000 habitants: 50% del cost subvencionable.

Quant a la distribució provincial del nombre de projectes als quals es va donar suport, aquesta va ser la següent:

PROGRAMA 1	Nre. de projectes favorables
Província d'Alacant	21
Província de Castelló	45
Província de València	56
TOTAL	122

PROGRAMA 2	Nre. de projectes favorables
Província d'Alacant	58
Província de Castelló	58
Província de València	126
TOTAL	242

TOTAL DE PROGRAMES 1-2	Nre. de projectes favorables
Província d'Alacant	79
Província de Castelló	103
Província de València	182
TOTAL	364

(*) la diferència entre els 492 avaluats conformes i els 364 projectes resolts favorables són els projectes que van quedar denegats per falta de consignació pressupostària.

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

Com ha quedat clar, el turisme es constitueix en un sector estratègic per al desenvolupament econòmic de la Comunitat Valenciana per l'aportació al PIB i a l'ocupació. Per a potenciar-lo és necessari generar les condicions adequades perquè les empreses siguen cada vegada més competitives i afavorir alhora la millora del posicionament de la Comunitat com a destinació. És per això que, la Generalitat, a través de Turisme Comunitat Valenciana, va incentivar el desenvolupament de projectes per a millorar la competitivitat dels serveis i els productes turístics i per a contribuir al desenvolupament sostenible i responsable de l'activitat turística en el territori i poder contribuir, així mateix, a la creació d'un producte turístic singular i al posicionament de la nostra destinació en els mercats internacionals.

Amb aquesta finalitat en 2018 es van posar en marxa tres programes de suport dirigits a:

- ▶ Empreses turístiques, sempre que estigueren degudament inscrites en el Registre General d'Empreses, Establiments i Professions Turístiques de la Comunitat Valenciana en la data de presentació de la sol·licitud.
- ▶ Federacions, fundacions, associacions i empreses organitzadores d'activitats esportives i culturals d'interés turístic que se celebren a la Comunitat Valenciana.
- ▶ Associacions i empreses que desenvoluparen actuacions de promoció i comercialització de productes turístics de la Comunitat Valenciana.

Aquestes ajudes de Turisme Comunitat Valenciana per a 2018 es van canalitzar a través d'una convocatòria pública per a garantir la concurrència competitiva entre tots els sol·licitants (Resolució de 20 de desembre de 2017), i es van prendre en consideració estratègies regionals com l'Estratègia d'especialització intel·ligent per a la investigació i la innovació de la Comunitat Valenciana (RIS3 CV) i, a l'hora d'enfocar-la, es va prioritzar en els eixos identificats en el *Llibre blanc per a una nova estratègia turística de la Comunitat Valenciana*.

Cada programa inclou les actuacions que s'han d'incentivar, i hi va destacar l'impuls a les que contribuïren a adequar l'oferta turística als nous requeriments de la demanda mitjançant l'adequació de les instal·lacions, la racionalització dels recursos naturals, el foment del turisme inclusiu i el posicionament de les nostres destinacions i productes per mitjà d'actuacions de difusió, promoció i comercialització.

PROGRAMA 1:

"Foment de la competitivitat empresarial"

El programa va tindre com a objectiu fomentar projectes que serviren per a incrementar la competitivitat en el mercat nacional i l'internacional, així com combatre l'estacionalitat del producte turístic, a través de:

L'impuls al turisme sostenible i responsable, mitjançant:

- A.** Inversions dirigides a la racionalització del consum de recursos naturals i a la minimització dels impactes ambientals generats pels establiments turístics valencians sobre l'entorn, com ara:
 - ▶ Inversions destinades a la millora de l'eficiència energètica i hídrica dels establiments turístics: racionalització en consums d'aigua, aire condicionat i sistemes de control digital de temperatura i humitat.
 - ▶ Inversions destinades a la reducció de l'impacte de l'activitat turística sobre l'entorn: les encaminades a la reducció de la contaminació acústica, lumínica i atmosfèrica; l'emissió de fums i l'eliminació de residus, i sistemes de desinfecció complementària de les conduccions d'aigua dels establiments turístics.
- B.** Inversions en infraestructures i equipament orientades a la consecució d'un model ecoturístic sostenible.

L'impuls del turisme accessible i inclusiu, mitjançant:

- A.** Actuacions que facilitaren l'accessibilitat i l'ús dels establiments turístics, instal·lacions i altres mitjans a través dels quals es presta el servei, i que tendiren a la igualtat de totes les persones amb problemes físics, visuals, auditius, intel·lectuals i orgànics dels clients, tingueren les necessitats que tingueren, a través de la incorporació de tecnologies dirigides a atendre aquestes necessitats.
- B.** Inversions en obres o sistemes que facilitaren l'accessibilitat a persones amb discapacitat per damunt dels requisits establits com a obligatoris en la legislació.

L'impuls de la innovació empresarial, mitjançant:

Actuacions que facilitaren l'accés a les últimes aplicacions tècniques utilitzables en la indústria turística, per a fomentar així la innovació en els processos de negoci i el desenvolupament d'activitats d'I+D+i, com ara aplicacions per a dispositius mòbils enfocats a activitats turístiques, entorns multimèdia i de realitat virtual, programes de ludificació orientats a incrementar el coneixement i l'ús dels recursos i els productes, altres elements tecnològics encaminats a singularitzar l'oferta i millorar l'experiència turística o l'ús de programari orientat a la millora de la gestió empresarial turística.

La configuració de serveis turístics innovadors basats en aplicacions tecnològiques o en models de gestió turística intel·ligents, mitjançant:

- A.** La implantació de sistemes interactius d'informació turística, com ara: la instal·lació de pantalles interactives a les habitacions, parcel·les, bungalows, apartaments i en els punts d'acolliment dels establiments turístics, l'adquisició de televisors intel·ligents, com també de tauletes i programari de gestió.
- B.** Instal·lació de sistemes d'obertura intel·ligent de portes.
- C.** Incorporació de tecnologies en els establiments que permeten la comunicació de veu i dades sense utilitzar cables (wifi), incloses totes les habitacions, parcel·les, bungalows, apartaments i zones comunes.
- D.** Incorporació de sistemes de gestió intel·ligent (domòtica) de l'establiment.
- E.** Incorporació de tecnologies que permeten la traçabilitat, el monitoratge i més coneixement de la demanda turística a través del maneig i el tractament de dades amb tècniques d'anàlisis estadístiques, solucions basades en el model de computació del núvol, tecnologies NFC o solucions de facturació electrònica.

PROGRAMA 2:

“Suport a activitats esportives i culturals d’impacte turístic internacional”

Aquest programa pretenia incentivar el desenvolupament d’activitats esportives i culturals d’impacte internacional a la Comunitat Valenciana i que afavoriren la generació de fluxos turístics cap a la nostra destinació, i contribuir, així mateix, a la creació d’un producte turístic singular i a la desestacionalització de l’activitat turística. Estava orientat a federacions, fundacions, associacions i empreses organitzadores d’activitats esportives i culturals de molt d’impacte turístic:

1. Festivals de música d’impacte internacional que se celebraren a la Comunitat Valenciana.
2. Campionats, proves, concentracions i esdeveniments esportius d’impacte internacional que se celebraren a la Comunitat Valenciana.
3. Altres festivals i esdeveniments culturals d’impacte internacional vinculats a les arts escèniques que se celebraren a la Comunitat Valenciana.

Alguns exemples:



PROGRAMA 3:**"Impuls al màrqueting de producte turístic de la Comunitat Valenciana"**

Aquest programa es va orientar a incentivar el desenvolupament de projectes que contribuïren a introduir en el mercat nous productes turístics de caràcter desestacionalitzador i base experiencial per a diversificar-ne l'oferta, la promoció i la comercialització. Aquestes accions havien de suposar una diferenciació i/o diversificació de l'oferta de la Comunitat Valenciana que afavorira la desestacionalització, la sostenibilitat i la vertebració de l'activitat turística. Les activitats subvencionables havien de tindre com a objectiu el posicionament, la promoció, la distribució o la comercialització de productes turístics especialitzats, segmentats i de base experiencial:

- A.** Campanyes de publicitat en mitjans de comunicació en línia i fora de línia.
- B.** Creació de suports o canals de difusió en múltiples llengües.
- C.** Despeses de participació en fires o accions promocionals i missions comercials.
- D.** Despeses derivades de la contractació d'assistència tècnica externa per a impulsar el posicionament, la promoció i la comercialització de productes turístics de la Comunitat Valenciana.

En xifres

A la convocatòria d'ajudes per a l'anualitat 2018 dirigides a empreses, federacions, fundacions i associacions es van presentar un total de 401 projectes amb la distribució per programes següent:

	Programa 1	Programa 2	Programa 3	TOTAL
Avaluats segons l'objecte de la convocatòria com a FAVORABLES	56	30	125	211
Avaluats segons l'objecte de la convocatòria com a DESFAVORABLES	50	10	7	67
Desistiments expressos i tàcits	45	14	59	118
Inadmissions	0	0	5	5
TOTAL DE SOL·LICITUDS PRESENTADES	151	54	196	401

El **percentatge de l'ajuda** en cada programa va ser el següent:

- ▶ **Programa 1:** "Foment de la competitivitat empresarial":
45% del cost subvencionable.
- ▶ **Programa 2:** "Suport a activitats esportives i culturals d'impacte turístic internacional":
30% del cost subvencionable.
- ▶ **Programa 3:** "Impuls al màrqueting de producte turístic de la Comunitat Valenciana":
65% del cost subvencionable.

La distribució per programes de les ajudes concedides va ser la següent:

PROGRAMA 1	Nre. de projectes favorables
Província d'Alacant	23
Província de Castelló	20
Província de València	13
TOTAL	56

PROGRAMA 2	Nre. de projectes favorables
Província d'Alacant	9
Província de Castelló	8
Província de València	13
TOTAL	30

PROGRAMA 3	Nre. de projectes favorables
Província d'Alacant	12
Província de Castelló	12
Província de València	31
TOTAL	55

TOTAL DE PROGRAMES 1-2-3	Nre. de projectes favorables
Província d'Alacant	44
Província de Castelló	40
Província de València	57
TOTAL	141

(*) la diferència entre els 211 avaluats conformes i els 141 projectes resolts favorables són els projectes que van quedar denegats per falta de consignació pressupostària.

■ 3.3.3. Ajudes dirigides a la realització de campanyes de sensibilització contra l'intrusisme i el frau en l'oferta d'allotjament turístic

Aquest programa tenia com a beneficiaris les associacions i les empreses.

Els tipus d'actuacions previstes en el programa eren:

- A.** Campanyes de publicitat en mitjans de comunicació en línia i fora de línia.
- B.** Publicitat a través d'altres suports de difusió.

Orientades a difondre alguns dels valors o missatges següents amb l'objectiu d'afavorir el posicionament i la imatge de la marca de destinació Comunitat Valenciana:

- ▶ Destinació mediterrània, oberta, inclusiva i acollidora.
- ▶ Destinació hospitalària, pròxima i receptiva amb el visitant.
- ▶ Oferta turística de qualitat.
- ▶ Serveis turístics professionals i dirigits a satisfer i fidelitzar el turista.
- ▶ Territori compromés amb els principis del codi ètic mundial del turisme: desenvolupament sostenible i responsable, cordialitat, respecte, inclusió...

A la convocatòria d'ajudes per a l'anualitat 2018 es van presentar un total de tres projectes d'associacions d'empresaris i consumidors que van ser resoltes favorablement.

■ 3.3.4. Ajudes contra la temporalitat i la precarietat laboral en el sector turístic i per a la detecció i el tractament de malalties laborals dels cambrers de pis

Aquesta línia d'ajudes tenia com a beneficiaris sindicats, associacions i organitzacions de treballadors del sector turístic.

Les ajudes es canalitzaven a través de dos programes:

PROGRAMA 1:

"Lluita contra la temporalitat i la precarietat laboral en el sector turístic"

Aquest programa pretenia dur a terme campanyes de sensibilització, conscienciació i suport a la inspecció i la lluita contra la temporalitat i la precarietat laboral en el sector turístic de la Comunitat Valenciana.

El tipus d'actuacions previstes en el programa eren:

- A.** Campanyes de publicitat en mitjans de comunicació en línia i fora de línia.
- B.** Publicitat a través d'altres suports de difusió.

PROGRAMA 2:

"Detecció i tractament de malalties laborals dels cambrers de pis"

Aquest programa tenia per objecte la realització de campanyes de sensibilització, conscienciació i suport al col·lectiu dels cambrers de pis per a la detecció primerenca i el tractament de les malalties i els riscos derivats de la seua activitat laboral.

Així mateix, el programa preveia dur a terme accions formatives i de difusió de bones pràctiques en la prevenció de riscos laborals associats a aquesta activitat professional, tot això en el marc de l'estudi de situació que està fent l'Institut Valencià de Seguretat i Salut en el Treball, Invassat, sobre la matèria.

El tipus d'actuacions previstes en el programa eren:

- A.** Campanyes de publicitat en mitjans de comunicació en línia i fora de línia.
- B.** Publicitat a través d'altres suports de difusió.
- C.** Formació i aplicació de bones pràctiques en prevenció de riscos laborals orientades a previndre patologies associades a aquesta activitat professional.

A la convocatòria d'ajudes per a l'anualitat 2018 es van presentar un total de cinc projectes i se'n resolgueren quatre com a favorables.

	Programa 1: LLUITA CONTRA LA TEMPORALITAT I LA PRECARIETAT LABORAL EN EL SECTOR TURÍSTIC	Programa 2: DETECCIÓ I TRACTAMENT DE MALALTIES LABORALS DELS CAMBRERS DE PIS
Avaluats FAVORABLES segons l'objecte de la convocatòria	2	2
Sol·licituds DESFAVORABLES	1	0
TOTAL DE SOL·LICITUDS PRESENTADES	3	2

3.4. GENERACIÓ I DIFUSIÓ D'INFORMACIÓ ESTADÍSTICA: ESTADÍSTIQUES DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

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

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

La informació publicada és fruit de la col·laboració de Turisme Comunitat Valenciana amb els responsables de les estadístiques oficials de turisme: l'Institut Nacional d'Estadística i Turespaña, la Direcció General d'Economia i agents turístics de la Comunitat Valenciana, com també de fonts i estudis propis.

La secció Estadístiques de Turisme de la Comunitat Valenciana ofereix informació detallada de la Comunitat Valenciana i de les diferents zones turístiques amb la publicació d'anuaris, informes, estudis i altres productes d'interés seguint un calendari preestablert. Tots els documents són de descàrrega lliure (no s'hi requereix subscripció) i gratuïta.

En 2018, s'han fet un total de 149 publicacions i s'ha superat la xifra de 2017. Com a novetat, atés que les noves enquestes a la demanda de l'INE, Frontur-Egatur i Familitur proporcionen informació comparable sobre el motiu principal de la visita per a turistes residents i no residents, s'hi han incorporat tres informes de producte (*Sol i platja*, *Turisme esportiu i negocis* i *Altres motius professionals*) en què s'analitzen de manera conjunta. Així mateix, s'ha augmentat la freqüència d'actualització de la conjuntura dels principals mercats emissors.



ESTADÍSTIQUES DE TURISME EN XIFRES		
	2017	2018
Visites	9.440	10.864
Publicacions 2017: 135 2018: 149	99 informes de conjuntura	87 informes de conjuntura
	4 balanços	4 balanços
	5 anuals	4 anuals
	17 informes de mercat (10 nacionals)	41 informes de mercat (9 nacionals)
	0 informes de producte	3 informes de producte
	10 altres informes	10 altres informes

Elaboració pròpia a partir de Google Analytics.



■ 3.4.1. Programa estadístic

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

La línia de treball està basada tant en fonts pròpies com en externes a fi de mantindre i ampliar l'explotació dels principals indicadors turístics en l'àmbit de la Comunitat Valenciana.

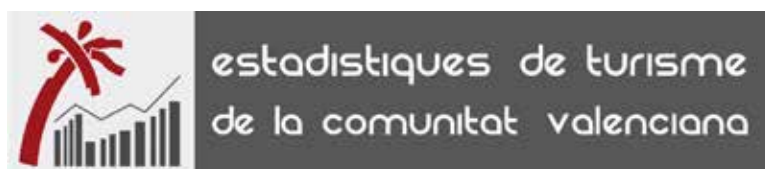
A. Fonts pròpies

- ▶ Anàlisi de l'evolució de la temporada turística d'estiu 2018, així com de l'ocupació d'establiments turístics durant ponts i festes nacionals d'interés per a l'activitat turística de la Comunitat per mitjà d'una enquesta telefònica a una mostra de l'oferta, per tipologies i zones turístiques i, si escau, amb la participació d'associacions del sector.
- ▶ Anàlisi de la demanda de la Xarxa Tourist Info 2018 en col·laboració amb el Servei de Producte i Territori. Des del Servei de Planificació i Estratègia Turística s'ha redactat l'Informe general de resultats de l'enquesta d'estiu a partir de l'explotació dels qüestionaris emplenats pels usuaris de la Xarxa en les mateixes oficines (7.261 qüestionaris de 121 oficines participants en 2018).
- ▶ Actualització d'informació sobre l'oferta turística de la Comunitat a 31 de desembre de 2017 a partir del Registre de Turisme.
- ▶ Estudi sobre els turistes estrangers que entren per l'aeroport de Castelló en col·laboració amb la Direcció de l'aeroport de Castelló.

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

Els acords i els convenis de col·laboració en matèria estadística en vigor durant 2018 han sigut:

- ▶ Conveni de col·laboració entre l'Institut Nacional d'Estadística (INE), la Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball de la Generalitat i Turisme Comunitat Valenciana, de 30 de desembre de 2015, en matèria d'estadístiques de turisme, amb el propòsit d'establir els compromisos de coordinació tècnica i suport metodològic per a l'ampliació de la mostra de les operacions estadístiques Frontur i Egatur a la Comunitat Valenciana, per a disposar de grandàries mostrals suficients que permeten desagregar les estadístiques per províncies, com també per a Benidorm i la ciutat de València (vigència: 4 anys [2019] amb la possibilitat de prorrogar-lo anualment si hi ha acord exprés de les parts). En data 20 de novembre de 2018 es va reunir la comissió de seguiment, en la qual es confirma l'interés de la col·laboració desenvolupada.
- ▶ Col·laboració amb l'Institut de Turisme d'Espanya en matèria d'anàlisi turística. D'aquesta col·laboració es redacten els informes mensuals per a la Comunitat Valenciana sobre companyies aèries de baix cost (CBC) i ocupació turística, en correspondència amb els informes de caràcter nacional. Turisme Comunitat Valenciana participa en el grup de treball d'estadístiques de la Comissió Sectorial de Turisme, les reunions del qual es van reprendre a l'octubre de 2018.



B.1. Col·laboració amb l'INE

En 2018 s'han renovat les diferents peticions d'informació contínua a l'INE i s'ha treballat mensualment el tipus d'informació següent:

- ▶ Indicadors de l'enquesta d'ocupació hotelera:
 - Variables de demanda, segons el país d'origen per a l'àmbit provincial.
 - Indicadors d'oferta per zones i punts turístics.
 - Indicadors de rendibilitat hotelera (ADR i Revpar) per províncies i les destinacions de Benidorm i València ciutat.

- Indicadors de l'enquesta d'ocupació extrahotelera: Desagregació mensual de les dades de demanda (viatgers i pernoctacions) segons el país d'origen per a l'àmbit provincial en les modalitats de càmpings i apartaments turístics.

Així mateix, l'any 2018, en el marc del conveni de col·laboració esmentat en l'apartat B, Turisme Comunitat Valenciana ha tramitat la licitació d'un nou contracte d'ampliació de mostra de l'operació Frontur-Egatur de l'INE en els aeroports d'Alacant-Elx i València.

També s'han abordat les limitacions de l'actual enquesta a apartaments turístics que realitza l'INE per a analitzar la demanda en allotjament de lloguer perquè, en el cas de la Comunitat Valenciana, aquesta enquesta es dirigeix exclusivament a les empreses gestores, mentre que en els últims anys s'hi observa un increment d'habitatges gestionats directament pels titulars a través de plataformes en línia.

Finalment, cal assenyalar que, en 2018, s'ha continuat treballant en la sistematització del procés de tractament dels nous fitxers de dades massives per a l'anàlisi de resultats en l'àmbit de la Comunitat Valenciana, tasca que du a terme el Servei.

B.2. Col·laboració amb la Direcció General d'Economia

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

- Explotació de l'EPA per al sector turístic per províncies.
- Recepció mensual d'una part dels directoris de les enquestes d'ocupació en allotjaments turístics de l'INE, amb informació sobre les places oferides i els períodes d'obertura.
- La Conselleria d'Economia participa, juntament amb Turisme Comunitat Valenciana, en el conveni amb l'INE en matèria d'estadístiques de turisme.
- Assistència a reunions de la comissió d'estadística de presidència en relació amb l'elaboració de la proposta de Pla sectorial estadístic de presidència i la tramitació del Pla valencià d'estadística (PVE) i, en aquest sentit, l'anuari *El Turisme a la Comunitat Valenciana* formarà part del nou pla estadístic de la Comunitat Valenciana (2019-2022), en tràmit.

B.3. Col·laboració amb el sector turístic

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

C. Altres fonts

Seguiment i anàlisi periòdica (quinzenal/mensual/trimestral) d'indicadors publicats per altres fonts oficials, com ara:

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

■ 3.4.2. Operacions en el marc del Pla Valencià d'Estadística

Col·laboració amb el Pla Valencià d'Estadística amb la responsabilitat de desenvolupar les operacions relatives a:

- ▶ L'oferta turística municipal i comarcal (explotació del Registre de Turisme).
- ▶ L'enquesta turística (desagregació per zones turístiques de l'evolució d'establiments hotelers sobre la base de l'enquesta de l'INE).
- ▶ Els indicadors de demanda del sector turístic (desagregació per a la Comunitat Valenciana, les seues províncies i les destinacions de Benidorm i València ciutat dels turistes en tota mena d'allotjaments).

EL TURISMO EN LA COMUNITAT VALENCIANA 2018



EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.
ALOJAMIENTOS RURALES COMUNITAT VALENCIANA



www.turisme.gva.es

■ 3.4.3. Sistema d'Informació Turística de la Comunitat Valenciana (TURPENTAHO)

El tractament de grans quantitats de dades no pot abordar-se sense el suport de les tecnologies. En 2018 s'ha fet mensualment la càrrega del sistema de magatzem de dades turístic TURPENTAHO amb els indicadors procedents de les enquestes d'ocupació a l'oferta turística de l'INE, la qual cosa permet tant l'obtenció automàtica de taules de dades amb evolució per als informes de conjuntura com la disponibilitat immediata per a consultar-les en línia en el web institucional.

D'altra banda, es treballa en el desenvolupament de TURPENTAHO en col·laboració amb el departament informàtic, tant en la càrrega de nous indicadors com en la producció i la presentació d'informes més complets i que permeten el contrast de fonts.

■ 3.4.4. Difusió

Difusió de publicacions setmanal per correu electrònic amb els últims informes estadístics publicats en l'apartat d'Estadístiques de Turisme dirigida a 243 destinataris:

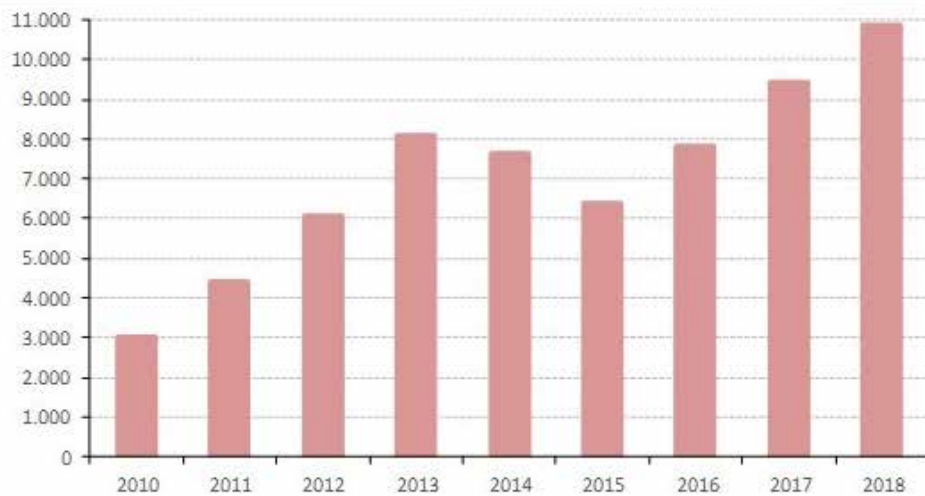
- ▶ 25 federacions i associacions empresarials.
- ▶ 15 organismes de l'Administració pública.
- ▶ 15 representants de subsectors turístics.
- ▶ 35 representants de subsectors relacionats amb activitats complementàries.
- ▶ 7 representants de les cambres de comerç de la Comunitat.
- ▶ 23 consultores turístiques.
- ▶ 47 investigadors turístics.
- ▶ 49 tècnics turístics municipals.
- ▶ 27 destinataris interns de l'AVT.

Gestió de 52 peticions externes relacionades amb indicadors de l'activitat turística a la Comunitat Valenciana i contestació, principalment, a través de l'adreça de correu electrònic <estadistiques_turisme@gva.es>; igualment, atendre les peticions dels organismes col·laboradors, especialment la gestió de peticions internes en qualitat de servei horitzontal.

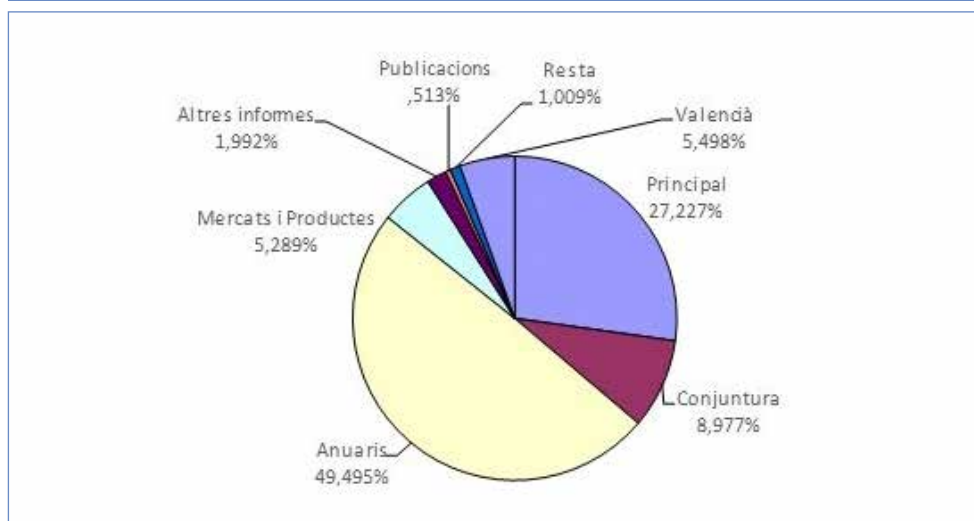
Turisme Comunitat Valenciana va ser convidada a participar els dies 20 i 21 de setembre en el **1r seminari d'observatoris de turisme** "Compartir per a innovar", organitzat per l'Observatori de Turisme de Burgos, la Universitat de Burgos i la Societat per al Desenvolupament de la Província de Burgos (SODEBUR). Es va exposar l'estat de la qüestió d'Estadístiques de Turisme com a part de la taula redona "L'Observatori de Turisme com a eina per a la presa de decisions de les destinacions turístiques". Es van compartir recursos, informació, dades i idees per tal de cooperar en la cerca i la creació de possibles projectes comuns, tot això amb l'objectiu de crear un contacte entre tots els observatoris convidats per a unir esforços i recursos. Es va proposar fer, en el termini de sis mesos, una segona reunió, l'organització de la qual seria a càrrec del CETT, el Campus de Turisme, Hoteleria i Gastronomia de la Universitat de Barcelona.



NOMBRE TOTAL VISITES A ESTADÍSTIQUES DE TURISME 2010-2018



SESSIONS PER PÀGINA D'ENTRADA



També se va participar en els cursos d'estiu de l'UJI ("Nous consumidors, nous temps per al màrqueting", al juliol) i en la 3a Jornada sobre *Big Data* i Turisme de la Universitat d'Elx (al setembre) i en les "Segundas Jornadas Universitarias del Turismo y la Empresa" de la universitat d'Extremadura a Càceres.

Estadístiques de Turisme destaca entre les seccions web amb informació estadística oficial sobre el turisme, pel volum i el grau d'actualització de la informació, fet que es correspon amb l'increment continuat del nombre de visites experimentat des que es va crear en 2010.

El nombre de visites a Estadístiques de Turisme (informació elaborada a partir de dades de Google Analytics), 10.864, es va incrementar un 15,1% en 2018 i es va assolir un nou màxim històric de visites. Després del màxim aconseguit en 2013, hi van succeir tres incidències que van afectar l'evolució de visites: la creació d'un web propi per a la secció Papers de Turisme, el canvi de denominació d'"Observatori Turístic" a "Estadístiques de Turisme" i la disminució del nombre d'informes anuals a causa del transvasament d'estadístiques de Turespaña a l'INE, fet que va comportar canvis metodològics i que Turisme Comunitat Valenciana tornara a assumir l'autoria dels informes de conjuntura relatius a Frontur-Egatur i Familitur. Aquest indicador corrobora, per tant, l'interés de les publicacions divulgades.

Un 49,5% dels usuaris va accedir a Estadístiques de Turisme a través de la secció d'anuaris i un 27,2% a través de la pàgina principal.

La taxa de rebot presenta un valor molt satisfactori (48,1%) perquè indica que més de la meitat dels usuaris consulten i s'interessen per altres apartats abans d'abandonar la sessió.

Les entrades a través de l'apartat de conjuntura creixen un 50%, fet que pot relacionar-se amb la publiatramesa setmanal de novetats remés al sector.

3.5. ESTUDIS I INVESTIGACIÓ

A través d'aquest programa, en 2018 s'ha donat suport al disseny d'estratègies i la presa de decisions, tant per part de les administracions turístiques com de les empreses del sector, per mitjà d'estudis i investigacions que permeten el seguiment actualitzat i continu de les tendències de l'activitat turística a la Comunitat Valenciana.

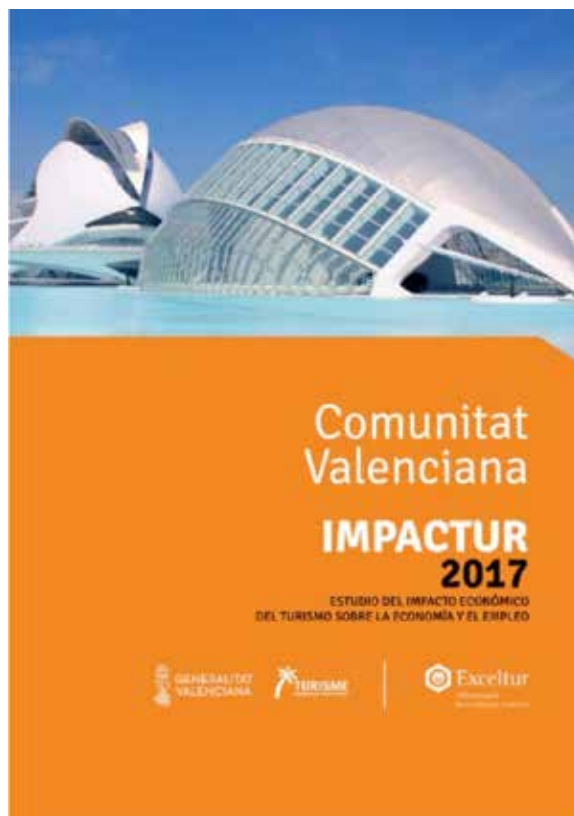
En 2018, cal destacar la realització de l'estudi de l'impacte del turisme sobre l'economia i l'ocupació (Impactur), referit a 2017, en col·laboració amb Exceltur, amb una metodologia que permet estimar els efectes directes (branques característiques) i indirectes (impactes multiplicadors sobre altres branques) de l'activitat turística; l'estudi inclou una anàlisi per mercats d'origen i l'actualització de les sèries des de 2011.

La investigació del sector turístic valencià s'ha canalitzat també a través de la col·laboració amb les universitats (consulteu l'apartat específic d'aquesta memòria).

■ 3.5.1. Estudis fets en 2018

Els estudis fets en 2018 van ser els següents:

- ▶ El turisme a la Comunitat Valenciana 2017:
- ▶ L'oferta turística municipal i comarcal en 2017.
- ▶ Perfil del turista allotjat en oferta reglada en 2017. Províncies i destinacions.
- ▶ Perfil del turista usuari de la Xarxa Tourist Info en 2018.
- ▶ Impacte econòmic del turisme a la Comunitat Valenciana, Impactur 2017, en col·laboració amb Exceltur.
- ▶ Balanços conjunturals. Províncies i zones.
- ▶ Indicadors d'activitat del sector de serveis en 2018.
- ▶ Turistes estrangers en allotjament privat en 2018.
- ▶ Turistes residents a Espanya en allotjament privat en 2017.
- ▶ Companyies aèries de baix cost en 2017.
- ▶ Estudi dels turistes estrangers que entraren per l'aeroport de Castelló.
- ▶ Excursionisme a la Comunitat Valenciana en 2017.
- ▶ Ocupació en albergs en 2017.
- ▶ Habitacions hoteleres per tipus de client en 2017.
- ▶ Evolució del RevPAR hotelier en 2017.



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

■ 3.5.2. Papers de Turisme

Es tracta d'una revista en línia d'accés gratuït. En 2018 se n'ha publicat el número 61, monogràfic dedicat a la Ruta de la Seda que consta de sis articles.

Papers de Turisme és una revista que es dirigeix especialment a acadèmics i investigadors, professionals del sector turístic, centres de documentació especialitzats en turisme, institucions dedicades a la planificació i la gestió turística, empreses del sector i estudiants universitaris.

Els seus objectius s'orienten a fomentar una investigació de qualitat i contribuir a la divulgació d'aquesta per a convertir-se en un punt de trobada internacional per a l'estudi del turisme des de múltiples disciplines, així com un fòrum de reflexió entorn del turisme i un vehicle de transmissió de les investigacions més recents i interessants.

3.6. ACCIONS DE SUPORT A LES ACTUACIONS DE POLÍTICA TURÍSTICA

■ 3.6.1. Suport tècnic a la Presidència i la Direcció de Turisme Comunitat Valenciana

Des de l'Àrea de Competitivitat Turística i a través del Servei de Planificació i Estratègia Turística s'ha dut a terme l'activitat de suport tècnic següent:

Realització d'informes

RESUM DELS INFORMES DE 2018	QUANTITAT
Informes municipals	170
Informes d'alts càrrecs	104
Informes de subcarpetes d'alts càrrecs	4
Fitxes de reunions	19
Peticions d'informació	32
Informe de gestió	1
TOTAL	330

Planificació i seguiment de les reunions:

- ▶ De la comissió interdepartamental de Turisme, dirigida per la Presidència de la Generalitat (Decret 161/2015).
- ▶ De les meses tècniques d'impuls al turisme sostenible i el turisme inclusiu, que són liderades per la Secretaria Autonòmica de Turisme i en les quals participen la resta de secretaries autonòmiques (en total va haver-hi dues reunions).

■ 3.6.2. Premis Turisme Comunitat Valenciana

Per la Resolució del 29 de gener de 2018 del president de l'Agència Valenciana de Turisme es van convocar els Premis Turisme Comunitat Valenciana 2017, als quals es van presentar 49 candidatures en les diferents modalitats.

A final del mes de setembre de 2018, coincidint amb les celebracions del Dia Mundial del Turisme organitzades per la Generalitat Valenciana, el Molt Hble. President de la Generalitat va lliurar als guanyadors els Premis Turisme Comunitat Valenciana 2017, en la quarta edició en un acte celebrat a l'edifici Veles e Vents.

Aquests premis, de caràcter no econòmic, expressen el reconeixement de l'Administració turística de la Generalitat a les persones, les entitats i les institucions que, de manera notable, han contribuït al desenvolupament, el foment o la promoció de la Comunitat Valenciana i a qui es distingeix per la seua tasca a favor del turisme.

En aquesta 4a edició, els premis concedits en les modalitats convocades van tocar en:

- ▶ Modalitat 1, a la trajectòria turística: a la Federació Empresarial d'Hostaleria de València.
- ▶ Modalitat 2, a la investigació i la innovació turística: a l'Institut Tecnològic Metal·lomecànic, Fusta, Moble, Embalatge i Afins (AIDIMME).
- ▶ Modalitat 3, a la promoció i la comunicació turística: *ex aequo* per haver obtingut la mateixa puntuació a Creu Roja Espanyola i Benidorm Film Office.
- ▶ Modalitat 4, al turisme sostenible: a l'Ajuntament de Xàbia.
- ▶ Modalitat 5, al turisme inclusiu i responsable: a Civis Hoteles SA (Hotel Luz Castellón).

Es va atorgar una menció especial *ex aequo* i a títol pòstum a Roc Gregori Aznar i Diego López Olivares per la seua important contribució al sector turístic valencià al llarg de la seua dilatada trajectòria professional des de l'àmbit de la gestió pública del turisme i la investigació i la generació de coneixement acadèmic, respectivament.

3.7. FOMENT DE LA I+D I TRANSFERÈNCIA DE CONEIXEMENT EN COL-LABORACIÓ AMB LES UNIVERSITATS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Aquesta activitat naix amb l'objectiu de liderar un ecosistema de coneixement avançat amb la participació de les universitats i s'articula a través de convenis bilaterals de col·laboració amb les universitats següents: Universitat Jaume I de Castelló, Universitat de València, Universitat Politècnica de València, Universitat d'Alacant, Universitat Miguel Hernández d'Elx i Florida Universitària. Tots els convenis han tingut com a finalitat la realització conjunta en 2018 de projectes d'investigació i innovació en benefici del sector turístic valencià d'acord amb el nivell de detall següent:

Universitat d'Alacant: El conveni inclou tres línies d'actuació:

- ▶ Desenvolupament del projecte "Destinacions turístiques intel·ligents Comunitat Valenciana"
 - Suport a la investigació dels programes de doctorat
 - Fòrum de Benidorm
 - Índex de confiança empresarial en el sector turístic
 - Congrés de Sociologia i Antropologia del Turisme
- ▶ Qualificació en clau innovadora dels professionals del sector turístic
 - Especialització del quadre directiu hotel·ler de la CV
 - Programes formatius: *Housekeeping*, MICE, cursos de cuina i sala
- ▶ Centre de gastronomia
 - Curs d'expert en història, globalització i turisme al voltant de l'arròs i l'alta cuina mediterrània
 - Projecte d'investigació sobre l'adherència a la dieta mediterrània i la millora del funcionament cognitiu

Universitat de València: l'objectiu principal d'aquest conveni ha sigut dur a terme estudis relacionats amb el paisatge valencià posicionat com a element central del fet turístic. El conveni inclou tres línies d'actuació:

- ▶ Recursos paisatgístics i anàlisis de la seua potencialitat turística.
- ▶ Creació de productes turístics.
- ▶ Disseny de PLANS DIRECTORS per a productes en comarques: xarxes territorials.

- ▶ Seguiment de Models de Pla Director dirigits a Territoris de frontera, Parc Fluvial del Túria i Art Rupestre, i elaboració de nous plans sobre turisme de ceràmica valenciana i els ibers valencians.
- ▶ Divulgació científica i comunicació: jornades, xarxes socials i el Congrés Innovació, paisatges i turisme.
- ▶ Qualificació de professionals del sector turístic.

Universitat Jaume I: el conveni inclou tres línies d'actuació diferenciades

- ▶ Desenvolupament i implementació del codi ètic del turisme valencià entre els agents turístics valencians.
- ▶ Valoració de recursos i desenvolupament del producte turístic en la zona del Maestrat, així com la qualificació de professionals del sector turístic i la celebració del XXI Congrés Internacional de Turisme Universitat Empresa
- ▶ Impuls d'itineraris turístic culturals transregionals; Camins dels Càtars.

Participa en el XXI Congreso Internacional de Turismo Universidad - Empresa:
"Turismo y desarrollo en los espacios rurales de interior"
 Universidad Jaume I de Castellón
 25 y 26 abril de 2018

III CONGRÉS
PAISATGE, TURISME I INNOVACIÓ

DESENVOLUPAMENT I PROMOCIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC TERRITORIAL VALENCIÀ

31 d'octubre de 2018
 L'Alcúdia
 CASA DE LA CULTURA
 Plaça Tirant lo Blanc, 1
 46250 L'Alcúdia

Inscripció gratuïta a: <http://projeccio.uv.es>
 Més informació a: www.turisme.gva.es

UNIVERSITAT I TERRITORI

Florida
Universitaria

Estudio actual de la igualdad de género en el sector turístico de la Comunidad Valenciana. El caso de las SIOTED. Servicios Turísticos Distinguidos?

TURISME
COMUNITAT VALENCIANA

Generalitat VALENCIANA | TURISME | UNIVERSITAT DE VALÈNCIA | Ajuntament de L'ALCÚDIA

Universitat Politècnica de València: l'objectiu principal d'aquest conveni ha sigut la monitoratge ambiental basada en l'IoT (internet de les coses) per informació de l'usuari i la millora del servei: proves pilot en les platges de Benidorm, Gandia i Benicàssim.

Universitat Miguel Hernández d'Elx: Mitjançant aquest acord s'ha desenvolupat un projecte d'investigació i innovació en l'àmbit de l'anàlisi de dades de la demanda turística macro dades, així com la divulgació i la publicació dels resultats que se n'obtinguen. L'objecte principal d'aquest conveni ha sigut l'anàlisi de macro dades del sector turístic de la Comunitat Valenciana amb l'objectiu d'aprofundir en la segmentació i establir les bases per a estudis de prospectiva. S'ha dividit en dues línies d'actuació:

- ▶ Anàlisi estadística i analítica de grans volums de dades
 - Transferència dels resultats de la investigació (algorismes de càlcul) materialitzats en mòduls de maquinari lliure en R.
 - Disseny d'un prototip d'aplicació web per a l'anàlisi de grans volums de dades.
- ▶ Transferència de coneixement als professionals del sector turístic
 - Accions de difusió i publicació de resultats de la investigació en turisme.
 - Curs "Especialista universitari en *big data*".

Florida Universitària: l'objectiu principal ha sigut la investigació, l'anàlisi i les propostes dirigides a fomentar la igualtat de gènere en el sector turístic de la Comunitat Valenciana.

- ▶ Foment de la igualtat de gènere entre els agents turístics
 - Anàlisi de situació.
 - Diagnòstic de necessitats.
 - Propostes d'actuació.
 - Implementació d'accions.
- ▶ Transferència de coneixement
 - Seminaris, tallers i accions de difusió.
 - Disseny de continguts del programa formatiu.

3.8. PROJECTES EUROPEUS I RELACIONS INTERNACIONALS

Turisme ha mantingut la seua aposta en 2018 per la creació de sinergies i la governança també en l'àmbit internacional, renovant la seua participació com a soci d'entitats de rellevància en el món del turisme, tals com l'Organització Mundial del Turisme a Necstour (Xarxa de regions europees per a un turisme sostenible).

Sobre la base d'això, s'ha establert una estratègia de participació en projectes europeus, bé com a entitat col·laboradora bé com "partner" principal. Heus ací una llista d'alguns d'ells:

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

HERIT-DATA aims to identify innovative solutions, with the support of new technologies and big data, to reduce the negative impacts of tourism on cultural and natural heritage sites. The project started in April 2018 and will last until March 2022. The project will be implemented in five pilot sites in Croatia, France, Greece, Italy and Spain, where specific data will be collected and analyzed through a dedicated platform. Those data will be used by policy makers to design new policies and to better organize tourist flows.

Project partners

Region of Valencia, Avitell, CNR, FCB, Santa Maria de Red, etc.

Interreg Mediterranean HERIT-DATA

Site web : herit-data.interreg-med.eu
 E-mail : heritdata@regione.toscana.it
[@heritdata](https://twitter.com/heritdata)
www.linkedin.com/in/herit-data/

Project is financed by the European Regional Development Fund

ALTER ECO

Ruzafa, Benimaclet y el Cabañal, contada por sus habitantes.

SUSTAINABLE TOURISM
ENHANCING A SUSTAINABLE COASTAL AND MARITIME TOURISM

4. ACTIVITATS EN MATÈRIA D'INFRAESTRUCTURES TURÍSTIQUES



4.1. INFRAESTRUCTURES DE LITORAL

La finalitat del programa és dotar les platges de la Comunitat Valenciana d'infraestructura pública amb el subministrament als municipis de diferents elements, uns quants de caràcter higiènic, com són llavapeus ecològics (que utilitzen aigua tractada de la mar), papereres, grups de papereres per a la recollida selectiva de residus, passarel·les rígides d'amplària especial, passarel·les desmuntables, i uns d'altres de caràcter lúdic i esportiu, com són jocs infantils i juvenils, àrees esportives, àrees biosaludables i zones Sport Platja. Totes aquestes instal·lacions milloren les condicions per a l'ús turístic de les platges.

Molts d'aquests elements han sobrepassat molt les expectatives de vida útil i això, unit a l'agressivitat del mitjà en el qual estan instal·lats, així com la virulència d'alguns temporals, motiven la conveniència d'una renovació constant de la infraestructura turística esmentada instal·lada en les platges de la Comunitat Valenciana.

Aquesta situació motiva que en 2018 hi haja dues línies d'actuació que la realitat descrita abans exigeix:

■ 4.1.1. Actuacions durant l'any 2018 per al manteniment i la reparació de les instal·lacions higièniques i ludicoesportives de les platges de la Comunitat Valenciana

Aquestes actuacions s'han implantat a través de l'expedient 36/17, amb dotze lots.

Les actuacions més importants han sigut:

- ▶ Una intervenció en les 90 estacions de bombament per a aigua tractada de mar en la revisió, la reparació o la substitució dels equips de bombament, les boies, els calderins i el quadre elèctric, com també actuacions sobre 2.000 llavapeus i 200 dutxes amb el desenterrament, l'anivellament, l'ús de plomades i en alguns casos el granallatge, la pintada i la substitució dels elements interiors.
- ▶ Retirada de 20 àrees de joc infantils i juvenils per estar danyades i no ser viable reparar-les.
- ▶ Per part del Servei d'Infraestructures Turístiques de Turisme Comunitat Valenciana es va promoure la contractació de serveis professionals de dos enginyers de suport per a fer els treballs de la Direcció Facultativa i la Coordinació en Seguretat i Salut descrits abans i que van ser executats per diverses empreses adjudicatàries. Mensualment s'han emés informes dels treballs fets, contrastats aquests amb la direcció facultativa i que han seguit les prioritats marcades en les reunions d'inici.

■ 4.1.2. Actuacions d'inversió durant el 2018 de subministrament i instal·lació de nous elements d'infraestructura turística en les platges de la Comunitat Valenciana

Les principals accions empreses de subministrament i instal·lació de nous elements infraestructurals en platges han sigut les que segueixen:

- ▶ Subministrament i instal·lació de 4.800 metres lineals de passarel·les rígides, ample normal.
- ▶ Subministrament i instal·lació de 2.500 metres lineals passarel·les rígides, amplària especial.
- ▶ Subministrament i instal·lació de quatre macro jocs infantils amb el tema de la fauna marina de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Subministrament i instal·lació de deu jocs infantils d'extensió ordinària (no macro) amb el tema de la fauna marina de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Subministrament i instal·lació de deu jocs infantils (no macro) amb el tema de la flora de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Subministrament i instal·lació de 6.000 metres lineals de passarel·les desmuntables no rígides, ample 1,10 m.
- ▶ Subministrament i instal·lació de 100 casetes vestidor, de colors diferents, en grups de 3 o 5 unitats.
- ▶ Subministrament i instal·lació de 4 zones de bany adaptat i reinstal·lació de huit zones més.

■ 4.1.3. Altres actuacions de subministrament i instal·lació de material per a les platges

Les actuacions més destacades han sigut:

- ▶ Posada a punt de les estacions de bombament des de Xeraco fins a Oliva.
- ▶ Millora del sistema de captació a la platja del Postiguet a Alacant.
- ▶ Millora de la canalització en municipis de Teulada, Alborà i Oliva.
- ▶ Subministrament d'accessoris per als mastelers de les zones Sport Platja.

4.2. INFRAESTRUCTURES DE CDT I ALTRES ACTUACIONS

■ 4.2.1. Actuacions de millora de les instal·lacions, adequació i actualització normativa aplicable

Actuacions de millora de les instal·lacions, adequació i actualització normativa de les instal·lacions perquè els CdT de Castelló, València, Gandia, Dénia, Benidorm, Alacant i Torrevieja continuen sent un referent del sector turístic i mantinguen les condicions de seguretat. També s'han dut a terme actuacions en instal·lacions propietat de Turisme Comunitat Valenciana com són l'hostatgeria del santuari de la Balma i el complex de la Fàbrica Giner a Morella:

- ▶ **CdT de València:** Durant l'any 2018, s'han dut a terme dues actuacions. D'una banda, s'ha substituït el sistema de so i microfonia de la sala d'actes i s'ha encarregat un projecte de substitució del sistema audiovisual d'aquest CdT. D'altra banda, s'ha intervingut en totes les cuines d'aquest CdT per a substituir el paviment ceràmic de les cuines actual per un de sòl de vinil sanitari, igual com s'han tornat a posar les peces de l'enrajolat de les parets.
- ▶ **CdT de Torrevieja:** Redacció d'un projecte de canvi de l'envolupant (façanes i cobertes de l'edifici). Es van fer cales al CdT de Torrevieja per a comprovar l'estat actual de l'edifici i ajustar el projecte tot el possible.
- ▶ **CdT d'Alacant:** S'ha substituït el sistema de telegestió d'il·luminació amb la implantació d'un sistema actual que afavoreix l'estalvi energètic.
- ▶ **CdT de València, Alacant, Benidorm i Torrevieja:** A causa de l'estat de les màquines tèrmiques de diversos CdT, amb equips que han superat àmpliament el termini d'amortització (alguns amb gasos refrigerants obsolets), s'han fet projectes per substituir aquests equips de climatització, si bé fins a final de 2018 no se n'han desenvolupat els plecs (per absència de models tipus). El CdT de Benidorm està en licitació anticipada i els CdT restants a València, Benidorm i Torrevieja.
- ▶ **Subministrament d'electricitat als CdT, Invat-tur, l'OIT de València i el magatzem:** S'ha preparat la documentació tècnica que permet la petició d'ofertes per al període 1/2/2018 a 31/1/2019.
- ▶ **Invat-tur:** reparació de l'inversor de la planta de producció d'energia solar fotovoltaica perquè s'ha detectat una producció mensual baixa.

■ 4.2.2. Centre de Desenvolupament i Acceleració Turística de València

En 2018 es va realitzar l'adjudicació de les obres, si bé per la demora per part de l'Ajuntament de València en la corresponent llicència d'obres no es van poder iniciar en el termini previst. L'acta d'inici d'obres es va signar el 3 d'octubre de 2018 i la suspensió de les mateixes fins al 15 de gener de 2019, es va signar l'11 d'octubre de 2018. Les obres s'han iniciat el 15 de gener de 2019 en el passeig de l'Albereda 37 de València, al costat de l'edifici existent del CdT. El centre concentrarà, en un mateix espai turístic-administratiu, els diferents departaments en els quals s'organitza Turisme Comunitat Valenciana juntament amb espais destinats a facilitar el treball dels agents turístics valencians, potenciant d'aquesta forma la governança compartida i la generació de sinergies en benefici del turisme valencià.

■ 4.2.3. Instal·lacions del complex Fàbrica Giner

4.2.3.1. Hotel escola Fàbrica Giner

Les obres es van iniciar al juny de 2018, i al llarg d'aquest exercici s'ha executat el 67% del projecte. El complex Fàbrica Giner-Mas del Collet és l'únic conjunt arquitectònic de colònia industrial que existeix en tota la comarca dels Ports. Aquest complex ha sigut adscrit a Turisme Comunitat Valenciana i compta amb diversos immobles que ofereixen les característiques òptimes per a albergar les infraestructures i serveis necessaris per a implementar polítiques públiques a favor de la qualificació, el desenvolupament i la competitivitat de les empreses, serveis, productes i destinacions turístiques d'interior de tota la Comunitat Valenciana

4.2.3.2. Execució de les obres en les naus dels Telers i del Tint

Les obres es van iniciar, es van executar i es van finalitzar al llarg de l'anualitat de 2018 i van suposar la restauració d'uns testimoniatges importants de l'arquitectura industrial del segle XIX.

Estat inicial



Nau dels Telers: Actuació finalitzada



Nau del Tint



4.2.3.3. Encàrrec de gestió amb l'Ajuntament de Morella per al manteniment de la Fàbrica Giner

El 24 de juliol de 2017 es va signar un conveni marc entre l'ajuntament de Morella i Turisme Comunitat Valenciana que empara l'encàrrec, subscriuint-se el conveni específic per a l'anualitat de 2018 el tres de juliol de 2018. L'ajuntament va presentar el desembre de 2018 documentació justificativa de l'encàrrec atorgat.

■ 4.2.4. Altres actuacions

4.2.4.1. Hotel hostatgeria de la Balma (Zorita)

L'hotel es troba cedit a l'Ajuntament per a ser explotat per un tercer. Després d'obtenir la llicència d'obres oportuna al llarg de 2018, s'ha reparat i s'ha posat en marxa l'elevador i s'han executat obres de millora de la coberta que, després de finalitzar, han demostrat un bon comportament en l'ocasió de les últimes pluges.

4.2.4.2. Centre de dia de l'Assut de Tuéjar

S'ha realitzat amb caràcter urgent l'apuntament de quatre bigues en l'accés exterior i s'ha encarregat (a AIDIMME) un informe de valoració de l'estat de l'estructura de fusta de l'edifici, així com la descripció de les patologies observades i la localització d'aquestes.

S'han organitzat diverses reunions amb l'Ajuntament de Tuéjar per a acordar l'ús i la destinació de l'immoble abans de dimensionar la intervenció per a rehabilitar-lo i adequar-lo a través de la contractació de la redacció del projecte d'obres oportú.

L'Ajuntament va mostrar interès de continuar l'ús com a restaurant i, en conseqüència, es va remetre a l'Ajuntament un escrit que mostrava la disposició inicial de Turisme per signar un conveni marc de col·laboració.

4.2.4.3. Nova Tourist Info del port a Alacant

Es va publicar en el DOGV la licitació de l'obra el 19 de gener de 2018. Les obres es van iniciar el 14 de setembre de 2018. Aquesta actuació pretén afavorir l'excel·lència en la gestió del municipi d'Alacant com a espai turístic que contribuïska a la sostenibilitat i al creixement harmònic, constant i equilibrat del turisme, de manera que la nova oficina contribuïska a millorar l'atractiu i competitivitat de la destinació mitjançant la millora dels serveis al turista en un espai ample, tecnològic i confortable per al públic (l'oficina comptarà amb una zona d'acolliment digital amb dispositius d'autoconsulta sobre Alacant i la Comunitat Valenciana).



4.2.4.4. Contractació de rèpliques de dinosaures

Al llarg de l'any 2018, amb la finalitat de reforçar l'interés de determinats jaciments paleontològics i donar-los valor turístic s'han subministrat i s'han instal·lat sis rèpliques de diferents dinosaures a mida natural vinculats als jaciments paleontològics dels municipis de Cincorres, Morella, Bejís, Alpuente, Millares i Agost.

4.2.4.5. Millora de les coves de Sant Josep a la Vall d'Uixó

El 23 de maig de 2018 es va signar el Conveni per a l'adequació i millora de les Coves de Sant Josep, en el qual s'articula una subvenció nominativa a favor de l'Ajuntament de la Vall d'Uixó, l'actuació ha consistit a millorar les condicions de les coves com a espai visitable, potenciant el respecte pel recurs, substituint la il·luminació per llums led que evita la generació de la "malaltia verda", mesuradors de temperatura, CO² i humitat, millora de l'eficiència energètica, sensors de moviment i reducció dels punts de llum i reducció de l'aportació calòrica. A més es millorarà l'experiència turística amb una millor visibilitat dels volums de la cavitat, nou espectacle de llum i so i millora de la visió de pintures i gravats.

4.3. ASSESSORAMENT I INFORMACIÓ TÈCNICA

■ 4.3.1. Altres actuacions d'assessorament i informació tècnica

Com a servei tècnic de caràcter horitzontal, s'ha col·laborat amb altres serveis per a aspectes tècnics, com ara la intervenció per a millorar i adequar instal·lacions, la col·laboració per a redactar plecs de caràcter tècnic que afecten instal·lacions, els concursos de subministraments energètics, etc.

■ 4.3.2. Informes preceptius d'actuacions davant de diversos organismes

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

- ▶ Assistència tècnica i informes d'actuacions temporals promoguts pels ajuntaments de la Comunitat en zones de domini públic marítim terrestre.
- ▶ A petició de la conselleria competent en matèria d'urbanisme i medi ambient, i amb caràcter preceptiu, es revisen els plans generals d'ordenació urbana, els plans generals estructurals, forestals, etc. i altres actuacions que puguen tindre impacte turístic a la Comunitat Valenciana, i se n'informa. S'han emés al voltant de 55 informes sobre aquestes matèries o d'altres anàlogues al llarg de 2018.
- ▶ Informe per a la sol·licitud d'autorització als serveis provincials de costes per a la reinstal·lació de la infraestructura turística i ludicoesportiva de Turisme Comunitat Valenciana instal·lada a les platges de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Així mateix, durant 2018 s'han emés 191 informes per als serveis provincials de costes en les tres províncies, que pertanyen al Ministeri d'Agricultura, Alimentació i Medi Ambient.

5. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE FORMACIÓ I INNOVACIÓ TURÍSTICA



5.1. ACCIONS DE FORMACIÓ TURÍSTICA

La formació turística per a l'ocupació s'executa a través de la Xarxa de Centres de Turisme de la Comunitat Valenciana (CdT) per mitjà d'actuacions formatives i de transferència de coneiximent.

La política de formació s'articula i es materialitza a través dels centres de turisme que, vertebrats al llarg de la Comunitat Valenciana, pretenen fer accessible la formació a tots els col·lectius, així com aproximar-la a les diferents zones turístiques.

La Xarxa de Centres de Turisme treballa, des de l'inici, en dues línies d'activitat (formació contínua i formació ocupacional), la qual cosa va suposar l'any 2018 un elevat nombre de cursos, participants i hores de formació.

Les xifres totals en cada una de les línies de formació van ser les següents:

	FORMACIÓ PER A L'OCUPACIÓ	FORMACIÓ CONTÍNUA	TOTAL
Nre. de cursos	391	479	870
Nre. de participants	8.204	6.395	14.599
Hores de formació	34.638	5.939	40.577

Per províncies, l'activitat formativa es va distribuir com es mostra:

	CASTELLÓ	ALACANT	VALÈNCIA	TOTAL
Nre. de cursos	104	443	323	870
Nre. de participants	1.524	6.565	6.510	14.599
Hores de formació	3.802	23.105	13.670	40.577

D'aquestes activitats, cal destacar que l'activitat formativa en els municipis d'interior de la Comunitat Valenciana, agrupada a través del concepte "CdT d'interior", es caracteritza pel desenvolupament de tota una sèrie d'actuacions formatives que atenen les necessitats d'aquests espais turístics de la Comunitat Valenciana i que s'articulen a través de les sol·licituds que cursen els ajuntaments, les associacions empresarials turístiques i les ADL. Com a resultat, es fan actuacions formatives *in situ* que segueixen criteris qualitius sobre altres de caràcter quantitatiu.

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

	CASTELLÓ	ALACANT	VALÈNCIA	TOTAL
Cursos	51	61	49	229
Hores	429	1490	478	3678
Alumnes	776	902	750	3604

Així mateix, i pel que fa a la formació en línia, en 2018 es continua la consolidació d'aquest tipus de formació:

	CURSOS	HORES	PARTICIPANTS
CdT formació en línia	61	1011	1.834

■ 5.1.1. Qualificació contínua

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

Aquesta modalitat es caracteritza per oferir cursos de curta durada, amb una aproximació eminentment pràctica i compatible amb l'horari professional, impartits per professionals experts en el sector turístic i bons coneixedors del conjunt de problemes del sector turístic de la Comunitat Valenciana.

En 2018, en la Xarxa de Centres es van fer 479 cursos de formació contínua, que van registrar 6.395 participants i van suposar 5.939 hores de formació.

■ 5.1.2. Formació per a l'ocupació

La Formació per a l'ocupació està dirigida a col·lectius de gent desocupada, tant de llarga durada com d'inserció de col·lectius joves de població. L'objectiu final és la qualificació en un ofici que facilite la incorporació al mercat de treball d'aquests col·lectius i possibilitar, en última instància, les vies per a la inserció professional de l'alumnat. Aquesta formació ocupacional es caracteritza per ser cursos de llarga durada, amb una aproximació molt pràctica, que es desenvolupa principalment en les àrees de Cuina, Servei i Formació Complementària.

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

En l'actualitat, els CdT de la Xarxa es troben homologats pel SERVEF o en vies d'aprovació per a poder impartir els certificats de professionalitat de la família d'hostaleria i turisme publicats, i es fa un esforç especialment intens en les qualificacions professionals la inserció laboral de les quals és més factible (cuina, servei de bar, cafeteria i restaurant), alhora que s'amplia i es consolida el catàleg d'accions formatives d'acord amb les necessitats professionals. D'aquesta manera, es continua el procés de reconeixement oficial i formal de les competències adquirides pels participants en els cursos que s'imparteixen en els centres de la xarxa i es vetla, així, per la millora de la formació i la professionalitat del sector turístic, cosa que es du a terme amb l'obtenció dels certificats de professionalitat esmentats, un instrument que permet acreditar la capacitat per al desenvolupament d'una activitat laboral amb significació per a l'ocupació, i amb què es configura un perfil professional de caràcter oficial, vàlida en tot el territori nacional i reconeixement a escala europea.

Així doncs, durant 2018 ja s'ofereix pràcticament tot el catàleg de certificats de professionalitat incloent les noves certificacions de nivell 3 en gestió de producció en cuina i gestió de processos de serveis en restauració.

Així mateix, la cerca de la qualitat i de l'excel·lència continua com a objectiu prioritari en els àmbits de l'activitat investigadora i de la innovació tecnològica, i el programa "*Social media strategist* en turisme", implementat en col·laboració amb l'Institut Valencià d'Investigacions Turístiques (Invat-tur) per a formar professionals experts en xarxes socials en turisme, n'és un bon exemple.

També durant 2018 es va continuar amb l'estratègia d'emprenedoria i ocupació jove per a donar resposta a la situació laboral en què es troben molts joves. En aquest context, les diverses edicions desenvolupades en 2018 del programa "Emprendre en turisme", dirigit a emprenedors i posat en marxa també en col·laboració amb Invat-tur, és una aposta clara per aquest col·lectiu.

Durant 2018, han sigut 391 els cursos de Formació Professional per a l'ocupació impartits, amb 8.204 participants i 34.638 hores de formació.

■ 5.1.3. CdTJobs: portal d'ocupació turística

El compromís de la Xarxa CdT no és únicament el de generar i transmetre coneixement, sinó també el de convertir-lo en una eina per al desenvolupament social i econòmic mitjançant la transferència dels resultats a través de la creació d'ocupació, en la qual cosa destaca la implementació del portal d'ocupació turística CdTJobs, borsa d'ocupació en línia dirigida a participants en cursos de la Xarxa CdT i a empreses del sector que busquen cobrir llocs de treball que, durant 2018, ha vist créixer de manera considerable el nombre d'ofertes de treball introduïdes en el sistema i la interacció dels usuaris i els demandants.



Al tancament de 2018 s'ha aconseguit la xifra de 3.958 sol·licitants totals acumulats i 462 empreses que han presentat ofertes d'ocupació.

■ 5.1.4. Canal CdT Televisió

El canal CdT Televisió, plataforma multimèdia i canal formatiu que permet visualitzar en directe els cursos que s'imparteixen, són una mostra clara de l'aposta per estar a l'avantguarda en aquesta matèria. Durant 2018 han continuat les emissions a través d'aquest canal.

■ 5.1.5. Suport a iniciatives de promoció i difusió

La presència activa de la Xarxa CdT i la seua influència en el sector turístic de la Comunitat Valenciana queda reflectida, igualment, en les actuacions complementàries a les accions formatives desenvolupades per la Xarxa CdT amb la participació en diferents actes de promoció turística com ara fires, tallers, cuina en directe, etc.

Es tracta d'una tasca de suport a iniciatives de promoció desenvolupades per institucions i associacions empresarials de la Comunitat Valenciana, que afavoreix l'aproximació al col·lectiu empresarial a través de la participació activa de l'alumnat de Formació Professional per a l'ocupació. Tan decisiu com acostar-se a l'empresa i als professionals del sector és sensibilitzar i conscienciar el conjunt de la societat valenciana sobre la importància d'un producte turístic de qualitat. Jornades gastronòmiques, jornades de portes obertes i esdeveniments similars constitueixen algunes de les iniciatives desenvolupades durant 2018, dirigides als diversos col·lectius socials amb la finalitat de fer conèixer la tasca que desenvolupen els CdT a favor de l'educació i la conscienciació en matèria turística.

■ 5.1.6. Nou CdT de Morella

A més de les accions desenvolupades pel servei d'Infraestructures sobre la realització de l'obra d'aquest centre de turisme nou, des de l'Àrea de Formació es tramita el concurs per a dotar el CdT de Morella amb equipament de cuina, electrodomèstics i mobiliari amb la finalitat de poder iniciar les accions de formació a finals de 2019.

5.2. FOMENT DE LA INNOVACIÓ TURÍSTICA

Durant l'any 2018, l'Institut Valencià de Tecnologies Turístiques (Invat-tur) ha intensificat notablement el treball que es fa per al foment de la innovació, la investigació i la transferència de coneixement a tot el sector turístic de la Comunitat Valenciana, i ha ampliat tant el nombre d'activitats, projectes i estudis com les zones geogràfiques en què aquests s'han desenvolupat:

- ▶ Increment de l'activitat respecte a períodes anteriors.
- ▶ Ampliació del radi d'acció de l'Invat-tur en tot l'àmbit geogràfic de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Nombre més elevat de peticions de col·laboració des de tots els àmbits: administració, associacions, universitats, empreses privades, centres d'investigació, etc.
- ▶ Continuació del programa d'investigació, innovació i transferència de coneixement amb universitats valencianes.

Amb aquestes actuacions es pretén passar de ser un centre de generació de coneixement a convertir-se en una eina de transformació i acceleració cap a un nou model econòmic i turístic, amb l'objectiu global de convertir la Comunitat Valenciana en un territori turístic intel·ligent i innovador, amb èmfasi en l'impuls a les polítiques d'innovació, la millora de la competitivitat del sector i l'adequació del model a l'era digital.

Els eixos d'actuació de l'Invat-tur s'han reforçat, en línia amb els establits quan va començar a funcionar, amb la incorporació del programa i les actuacions de l'Oficina d'Assistència Tècnica a Destinacions Intel·ligents de la Comunitat Valenciana com a ens coordinador de projectes de transformació de les destinacions.

De manera més detallada, les principals línies de treball de l'institut durant 2018 van ser les següents:

■ 5.2.1. Oficina DTI

- ▶ Posada en marxa de les actuacions vinculades a l'Oficina d'Assistència Tècnica a Destinacions Intel·ligents de la Comunitat Valenciana, amb accions concretes a Vinaròs-Benicarló, Villena, Finestrat, Benidorm, València i Benicàssim, entre altres destinacions.
- ▶ Presentació i posada en marxa de la Xarxa de Destinacions Intel·ligents de la Comunitat Valenciana (Xarxa DTI-CV), amb l'adhesió preliminar de 32 destinacions.
- ▶ Participació en jornades sobre turisme intel·ligent: UPV a Gandia, l'Aula Universitària de Turisme a Benissa, Gandia, etc.

- ▶ Redacció del model d'espais naturals intel·ligents de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Desenvolupament del model de platges intel·ligents de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Programa específic de formació per a gestors de destinacions turístiques intel·ligents (primer programa d'aquest tipus a escala nacional).
- ▶ Activitats vinculades al conveni amb Segittur (única comunitat autònoma amb un conveni específic per al suport d'accions referides a DTI).
- ▶ Programa de formació en transformació digital per a empreses i destinacions turístiques.
- ▶ Suport i seguiment de les actuacions de l'Agrupació innovadora de les destinacions turístiques intel·ligents de la Comunitat Valenciana (ADESTIC).
- ▶ Programa de formació en *smart marketing* per a empreses i destinacions turístiques.
- ▶ Redacció de la guia d'eines d'innovació per a la transformació digital.
- ▶ Disseny d'un *smart lab* (pendent d'equipament i presentació).

■ 5.2.2. Intel·ligència competitiva i vigilància tecnològica

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

- ▶ Participació en fòrums d'intercanvi d'experiències en vigilància competitiva ("Innovació i intel·ligència artificial al servei del desenvolupament rural" a la Universitat d'Estiu Aras de los Olmos); cursos d'especialització ("Intel·ligència Estratègica per a Organitzacions Innovadores", a la Universitat d'Alacant).
- ▶ Implantació d'un sistema de vigilància tecnològica especialitzat en matèria de destinacions intel·ligents (preparació per a renovació de la certificació AENOR adaptada a la nova norma UNE 166.006 de gestió de l'I+D+i: sistema de vigilància tecnològica i intel·ligència competitiva).
- ▶ Jornades de tendències en màrqueting en línia.
- ▶ Fòrums, jornades i seminaris sobre tendències de mercat.
- ▶ Butlletins Invat-tur (butlletí Invat-tur de vigilància tecnològica, butlletí Invat-tur Emprén i el nou butlletí Invat-tur de destinacions turístiques intel·ligents).
- ▶ Jornades d'I+D+i.

■ 5.2.3. Suport a l'emprenedoria en TURISME:

Invat·tur EMPRÉN

Les actuacions en matèria d'emprenedoria desenvolupades per l'Invat·tur persegueixen afavorir una cultura emprenedora en matèria turística, amb un interès especial en el caràcter tecnològic dels projectes i les idees a què es dona suport. Entre les actuacions desenvolupades en 2018 destaquen:

- ▶ Formació Bàsica en emprenedoria turística CdT Invat·tur.
- ▶ Ampliació de l'ecosistema emprenedor en turisme: Invat·tur-Emprén, incorporació de nous projectes a l'ecosistema.
- ▶ Programa de creació i impuls d'empreses turístiques: edicions de València i Alacant.
- ▶ Fòrums i jornades: Conectur CV, Focus Pime (edicions de Castelló, Guardamar del Segura, l'Alfàs del Pi i Alacant).
- ▶ Sistema de suport a l'emprenedor: Jornada informativa sobre ajudes a emprenedors, *networking* de la comunitat Invat·tur, Fitur, Ecosistema Emprenedor (acceleradors) CV, etc.

DURANT 2018 ES VAN DESENVOLUPAR 2 EDICIONS DEL PROGRAMA DE "CREACIÓ I IMPULS D'EMPRESES TURÍSTIQUES", AMB UN TOTAL DE 21 PROJECTES/EMPRESES. A MÉS DEL SISTEMA DE SUPORT A EMPRENEDORS ALTRES CINQ PROJECTES ES VAN ADHERIR AL PROGRAMA. EN TOTAL, ATÉS QUE ALGUNS PROJECTES ESTAVEN INTEGRATS PER DIVERSES PERSONES VAN SER MÉS DE 44 LES PERSONES QUE VAN PARTICIPAR EN ELS NOUS PROGRAMES DE CREACIÓ I IMPULS I QUE VAN PASSAR A FORMAR PART DE L'ECOSISTEMA EMPRENEDOR EN TURISME.

D'ALTRA BANDA, VAN SER UN TOTAL DE 31 LES ACCIONS REALITZADES REFERENT A FÒRUMS I JORNADES (IE, FOCUS PIME, CONECTUR, NETWORKINGS, FIRES, TALLERS, SESSIONS TÈCNiques, SESSIONS INFORMATIVES, ETC.), QUE VAN SUMAR MÉS DE 500 ASSISTENTS AL LLARG DE 2018, AMB MÉS DE 232 HORES DE FORMACIÓ I DIVULGACIÓ DEL PROJECTE I PROGRAMA.

■ 5.2.4. Projectes I+D+i

Invat-tur desenvolupa projectes d'I+D+i de manera autònoma o en col·laboració amb altres centres d'investigació i universitats. De manera prioritària, es plantegen projectes d'investigació i transferència de coneixement que garantisquen la cooperació entre l'Invat-tur, els diferents centres d'investigació i de coneixement, els instituts tecnològics i les empreses turístiques. Entre els projectes desenvolupats en 2018 per l'Invat-tur cal destacar:

- ▶ Desenvolupament de projectes d'I+D+i en el marc dels convenis amb les diferents universitats valencianes.
- ▶ Disseny de la nova estratègia de l'Invat-tur.
- ▶ Baròmetre de xarxes socials i destinacions.
- ▶ Evolució de l'eina Social Analytics.
- ▶ Evolució de l'eina d'autodiagnòstic DTI CV.
- ▶ Informe sobre cadenes de blocs i turisme fet en el marc del grup de treball de centres tecnològics en turisme d'Espanya en coordinació amb Thinktur i ITH.
- ▶ Col·laboració en el disseny del Pla estratègic de l'associació innovadora DTI CV.
- ▶ Publicacions en revistes i congressos científics.
- ▶ Col·laboració amb la Càtedra d'Estudis Turístics Pedro Zaragoza Orts de la Universitat d'Alacant.

■ 5.2.5. Laboratori de cuina

Cada vegada és més evident que la fusió entre gastronomia i ciència és un factor clau per a innovar en els restaurants i ser o arribar a ser més competitius. Des del punt de vista científic, es poden abordar més fàcilment els fenòmens que succeeixen en els fogons de les cuines i, per tant, millorar tècniques culinàries tradicionals, estudiar problemàtiques gastronòmiques, millorar textures, potenciar sabors i una infinitat més de possibilitats. Entre les accions desenvolupades en 2018 destaquen:

- ▶ Cuina tecnològica: aules de gastronomia i ciència.
- ▶ Cuiners/es i pastissers/es: "Més que cuinar" (aportació del cuiner/a o pastisser/a en el procés d'I+D+i en productes i tècniques nous).
- ▶ Wasabi mediterrani: analítica, panel de tast i aplicacions pràctiques en gastronomia.
- ▶ Creativitat, experimentació i ciència a la cuina de Mugaritz.



■ 5.2.6. Comunicació i transferència de resultats

A més de dur a terme una activitat extensa en diferents matèries és imprescindible fer difusió dels estudis, les investigacions, els informes i les activitats que Invat-tur desenvolupa i impulsa. És per això que l'eix de comunicació i transferència de resultats es considera bàsic en la seua activitat. Entre les accions desenvolupades en aquest àmbit destaquen:

- ▶ Difusió de l'activitat de l'Invat-tur en fòrums i jornades a través de les universitats valencianes.
- ▶ Fòrum Internacional de Turisme de Benidorm: Smart Data.
- ▶ Establiment de protocols de col·laboració amb agents turístics.
- ▶ Desdejunis Invat-tur.
 - "El model Casual Hoteles: eines i estratègies per al creixement d'una nova cadena hotelera"
 - "Intel·ligència artificial i *blockchain*: reptes i tendències en turisme"
 - "*Blockchain* i el negoci turístic: noves idees, nous models, nous negocis"
 - "Aspectes pràctics del nou Reglament de protecció de dades en el sector hotelier"
 - "Solucions *e-commerce* personalitzades per al sector hotelier: plataforma virtual, seguretat de les transaccions i gestió del frau"

"Les big data i l'IoT per a millorar l'experiència dels nous perfils de demanda turística"

"És Turquia una amenaça per al nostre turisme? Les pistes que ens donen les dades"

► Tallers del Programa de transformació digital del sector turístic:

"Com implantar una estratègia de destinació turística intel·ligent"

"Tecnologies per a transformar el negoci turístic: TechLab Hotels & Rental"

"Com desenvolupar estratègies d'*email marketing* eficaços"

"*Design thinking* aplicat a empreses i destinacions turístiques"

► Publicacions de resultats i conclusions de jornades i projectes.

► Participació en programes formatius especialitzats: UMH, UA, etc.

Formació Invat-tur, Xarxa CdT i Universitat d'Alacant: Expert Universitari en *Housekeeping* (2a edició), Expert Universitari en MICE (1a edició).

Formació Invat-tur i Universitat Miguel Hernández d'Elx: Especialista Universitari en *Big Data* per a la Gestió en Turisme (continuació de la 2a edició).

Curs "Emprenc en turisme" de la Universitat d'Alacant.

► Potenciació de la presència de l'Invat-tur en els mitjans de comunicació generalistes i especialitzats.

► Participació en seminaris, jornades i tallers.

INVATTUR 2018 EN XIFRES

Període	Nre. d'activitats	Nre. d'assistents
Gener	18	233
Febrer	27	531
Març	23	612
Abril	17	394
Maig	28	686
Juny	25	521
Juliol	17	546
Agost	7	79
Setembre	17	438
Octubre	34	421
Novembre	25	629
Desembre	20	480
TOTAL	258	5.570



6. ACCELERACIÓ EMPRESARIAL I DESENVOLUPAMENT DE LA XARXA GASTROTURÍSTICA

6.1. ACCETUR: ACCIONS D'EMPREDORIA I DESENVOLUPAMENT DE PIMES TURÍSTIQUES

La missió del programa Accetur és oferir itineraris de capacitació i serveis directes a persones amb inquietuds empresarials i a pimes turístiques amb projectes emprenedors o de millora empresarial; així com treballar amb entitats de desenvolupament local i associacions sectorials en termes de cooperació i coordinació per a optimitzar recursos.

■ 6.1.1. Informació i atenció als emprenedors i les empreses

En 2018 els 7 centres CdT's i Invat-tur han comptat amb informació del programa en la zona de recepció, on els usuaris poden consultar les activitats, accedir als suports informatius de les actuacions i concertar una cita d'assessorament.

L'atenció personalitzada s'ha prestat, en funció de l'activitat demandada, a través del CdT de València, la Unitat de Desenvolupament Turístic, de l'Àrea de Competitivitat Turística i entitats col·laboradores com les cambres de comerç d'Alacant, València i Castelló.

Per a arribar millor a col·lectius d'interés, es van realitzar presentacions del conjunt de les activitats del programa Accetur en prop de 20 reunions tècniques en diferents punts del territori, amb motiu de la realització de jornades de competitivitat dirigides a emprenedors i pimes.

A més, s'ha mantingut la difusió a través de llistes d'email per grups d'interés (133 subscriptors interessats en el programa), s'han produït suports informatius de totes les activitats i, com a novetat, s'ha ampliat substancialment l'impacte de la comunicació a través del nou canal online "Turisme CV Magazine" i les xarxes socials corporatives en Facebook i Twitter, publicant els programes en la secció d'esdeveniments, així com diferents publicacions en el blog i secció de notícies.

■ 6.1.2. Captació de l'emprenedoria turística i la formació bàsica

Per a captar el potencial emprenedor de les persones en procés de formació en hostaleria i turisme i oferir a més coneixements sobre emprenedoria turística, en 2016 es va dissenyar un taller de 16 h adaptat a aquest perfil, amb didàctica i metodologia participativa i motivadora.

Després de la realització de 9 edicions pilot, en 2017 es va ampliar el taller amb un mòdul de 4 hores dedicat a nous valors del turisme –sostenibilitat, ètica turística, hospitalitat i turisme inclusiu–: “Taller sobre oportunitats del sector turístic, emprenedoria, tècniques de cerca d’ocupació i nous valors empresarials”.

Quant als resultats qualitatius, cal assenyalar les bones dades obtingudes: el 95% de l’alumnat participant en els tallers valora entre alt i molt alt a l’equip docent, el 86% considera entre alta i molt alta l’aplicació pràctica dels continguts. A més, el 41% dels participants valoren la “autoocupació com una forma idònia d’inserció professional”.

Com a novetat, en 2018 s’ha posat en marxa un nou format “Panells d’Emprenedoria”, orientat als alumnes dels cursos superiors de la Xarxa CdT, a càrrec d’empresaris en actiu, que van ser antics alumnes o professors dels centres, per a traslladar les seues experiències com a emprenedors del sector i entaular debats sobre l’autocupació amb els estudiants. S’han realitzat un total de 70 edicions, amb una participació total de 1.077 alumnes i 1.212 hores de formació.

6.2. ESTRATÈGIA GASTRONÒMICA I ENOTURÍSTICA

■ 6.2.1. Gastroturisme

La riquesa gastronòmica de la Comunitat Valenciana ha contribuït enormement a l’important desenvolupament aconseguit durant dècades pel turisme valencià: un producte transversal que enriqueix totes les modalitats de viatge, que suposa un percentatge important de la despesa turística en destinació en tots els segments de la demanda i destinacions turístiques, un element de referència en el consum i beneficis que genera l’activitat en l’economia, la societat i el territori.

El gastroturisme és un producte complex per la diversitat d’agents i elements implicats que ho fan possible. No obstant això, en un moment en el qual la gastronomia és tendència i es presta especial atenció al valor de l’alimentació, la salut i la sostenibilitat, la Comunitat Valenciana no pot perdre l’oportunitat de fer una lectura més genuïna de la seua essència mediterrània, oferint experiències carregades de relat gastronòmic: paisatge, producte, medi ambient, cultura i talent culinari.

En aquest context de transformació, Turisme CV ve apostant des de 2016 per un canvi en l’estratègia del foment gastronòmic, com a oportunitat de desenvolupament territorial i de diferenciació de la marca Comunitat Valenciana, un producte turístic que contribueix a la interpretació i preservació del paisatge, amb capacitat per a atraure visitants al llarg de tot l’any, aportar valor afegit a l’experiència turística, vertebrar el territori i motor de riquesa i beneficis intersectorials.

Per a això, ha reorientat els seus programes marcant una nova estratègia gastronòmica i intensificant les seues actuacions. En concret, en 2018 s'han dut a terme les següents:

- **Coneixement, investigació i tecnologia amb projectes de Invat-tur**, com a estudis sobre del Mapa de Valor de la Cultura Gastronòmica o del Model de governança del Producte Turístic-Gastronòmic, el projecte i les jornades Foodxperience sobre paisatge-artesania-gastronomia, el Curs Cuiners Tecnològics o la producció de materials sobre el Relat del Sabor.

Investigació col·laborativa amb les universitats a través de convenis per a desenvolupar projectes com a Paisatges Turístics Valencians, Valuosos i Valorats, amb la Universitat de València, o Model de Desenvolupament del Pesca Turisme, amb la Universitat Politècnica de València.

Participació en iniciatives com Gasterra –Centre de Gastronomia del Mediterrani– mitjançant un conveni de col·laboració amb la Universitat d'Alacant i l'Ajuntament de Dénia, amb accions d'innovació acadèmica com el Màster Internacional d'Arrossos i d'investigació sobre Dieta Mediterrània.

- En el **marc de l'estratègia CreaTurisme**, es treballa en la creació de **clubs de producte** gastronòmic: impuls d'experiències gastroturístiques creatives i innovadores, acceleració de productes com el l'enoturisme al costat de les rutes del vi i desenvolupament de productes emergents com pesca turisme, agroturisme i oleoturisme, amb la participació directa de les empreses i agents intersectorials.

Després de la identificació dels agents i creació dels grups de treball, s'han realitzat més de 15 jornades, trobades i tallers amb el sector, assumint Turisme Comunitat Valenciana l'assistència tècnica per a la definició d'estratègies, posada en marxa i introducció en el mercat dels futurs clubs de producte.

A través de convenis d'amb entitats com la Federació Valenciana del Cooperatives Agroalimentàries, s'ha elaborat el Manual de Desenvolupament de Producte Turístic per a Cooperatives i donant suport a la plataforma de comercialització AgriCultural Tours. Així mateix, està previst avançar en el desenvolupament l'enoturisme a través d'un conveni que se subscriurà amb la recentment creada Federació d'Enoturisme de la Comunitat Valenciana.

- Promoció i comunicació turística per al posicionament del producte a través del **Pla de Màrqueting Turístic Comunitat Valenciana, que incrementa la intensitat promocional**.

Posicionament internacional a través de promocions i presentacions gastronòmiques i enoturístiques en esdeveniments exteriors i fires com la fira World Travel Market de Londres, Ambaixada de Londres, Cambra de Comerç d'Espanya a París, etc., promocions directes i inverses amb agents de viatges, premsa, prescriptors i operadors en mercats europeus, els EUA, Rússia i mercats asiàtics, així com accions de publicitat i màrqueting online dirigides a aquests mercats i altres accions de màrqueting col·laboratiu amb agents turístics.

Major presència de la gastronomia en campanyes de comunicació (Hospitalitat – Hostaleria, Gastronomia i Enoturisme – Mediterrani en Viu) i fires nacionals, com FITUR, World Travel Market, Madrid Fusió, Gastrònoma, Alacant Gastronòmica o Mostra de Turisme mitjançant zones tematizadas de promoció: showcooking, degustacions, zones d'enoturisme-tastos i presentacions de producte.

Instruments per a la distribució i comercialització de productes d'experiències, entre ells el gastronòmic, amb la creació de la plataforma www.experienciescv.com, l'App per a mòbils i la publicació "Experiències: gastronomia", amb la posada en mercat de prop de 50 experiències.

- **Foment del producte gastronòmic baix nous paràmetres d'excel·lència**, autenticitat, innovació, territori i sostenibilitat en col·laboració amb el sector i les destinacions, com l'edició 2018 del DNA Festival Dénia o la nova aposta per la fira Gastrònoma –per a donar suport a la consolidació d'aquesta fira com certamen de rellevància en l'agenda gastronòmica nacional i internacional– mitjançant la subscripció de sengles convenis amb l'Ajuntament de Dénia i Fira València; o la producció de publicacions i esdeveniments, a través del conveni de col·laboració amb CONHOSTUR per al desenvolupament i foment del producte en la restauració valenciana, com la producció i distribució dels receptaris Made in CV, La Seda, Els Borja o Cuina de Cullera; o amb l'Associació d'Hostaleria de Torrevella.

Així mateix, a aquestes accions se sumen les dutes a terme a través de convenis per a accions de desenvolupament del producte i màrqueting col·laboratiu amb els clubs de producte TEMPS, que engloba restaurants de les comarques d'interior, València Premium, Fundació Turisme València –amb esdeveniments com València Culinary Meeting– i el Patronat Municipal de Turisme de Castelló –Congrés de Gastronomia i Vi de Castelló–.

La Xarxa CdT reforça la promoció nacional i internacional del producte agroalimentari de qualitat assistint a certàmens nacionals i internacionals amb la direcció general de Desenvolupament Rural i PAC com ANUGA (Colònia-Alemanya), SIAL (París), Alimentària (Barcelona), Salón Gourmet (Madrid) o Gastrònoma (València), mitjançant l'elaboració de receptes, showcooking, tastos de vins i degustacions en l'estand de la Comunitat Valenciana; i donant suport a nous projectes com la celebració del World Paella Day.



Quant al desenvolupament comarcal del gastroturisme, cal destacar les actuacions desenvolupades a través de Plans de Dinamització i Governança com el de la Mancomunitat Alt Palància, que aposta per la gastronomia com a element d'identitat turística amb el claim "Sabors" i la posada la seua posada en valor a través de fires de productes autòctons, com la de l'Oli i Festa dels Créixens (Altura), Olla de Sant Mateu (Azuébar), Ametla (Benafer),

Cirera (Caudiel), Tòfona (El Toro), Oli (Viver) i la posada en marxa d'un club comarcal que engloba, juntament amb els restaurants, formatgeries, almàsseres i comerç agroalimentari; el de la Mancomunitat de l'Alt Túria que també aposta per la gastronomia o nous plans previstos per al pròxim exercici, com el de la Mancomunitat Terra del Vi, l'estratègia principal del qual serà el enoturisme, la gastronomia i la cultura vitivinícola.

- **Marca L'EXQUISIT MEDITERRANI.** Marca que identifica i aglutina totes les accions de comunicació i posicionament del producte turístic-gastronòmic i serveix de referència per a projectes turístics de base gastronòmica:
 1. Marca promocional del producte gastroturístic Comunitat Valenciana que s'utilitzarà en accions de comunicació promogudes per Turisme Comunitat Valenciana o de comàrqueting, en col·laboració amb altres entitats, en convivència amb Comunitat Valenciana / Mediterrani en Viu.
 2. Marca identificativa de la xarxa GastroTurística CV i entitats integrades, en convivència amb la marca institucional Turisme Comunitat Valenciana.
 3. Segell distintiu de les empreses, productes, serveis i experiències gastroturístiques que responguen a uns paràmetres de qualitat i autenticitat definits.

Valors i descripció:

Principals valors: dieta mediterrània (saludable, saborosa, apetitosa, natural, paisatge, tradicional, productes locals, sostenibilitat, mar Mediterrani), innovació, avantguarda (grans xefs, creativitat, talent).

Altres atributs: bona hostaleria, hospitalitat, tradició en el plat, bon vi ...

L'EXQUISIT MEDITERRANI és una proposta que es recolza sobre dos termes que enriqueixen el significat de marca i que són similars en els principals idiomes del nostre públic objectiu.

- Mediterrani. El nostre caràcter, la nostra terra i el nostre mar, la nostra cultura i la nostra gastronomia.
- Exquisit. Segons el Diccionari Normatiu Valencià és el "Que agrada d'una manera singular per la seua delicadesa, finor o excel·lència; que denota refinament o delicadesa". Un qualificatiu que eleva tot l'anterior, que diu que aquest costat del Mediterrani és el bo, el més saborós. Que ací es menja millor i que ací es cuiden les coses d'una manera especial.



Sota el paraigua d'aquesta marca, tots els elements conformaran la Xarxa GastroTurística de la Comunitat Valenciana que, sota el lideratge de Turisme Comunitat Valenciana, té la missió i el compromís de preservar el valor de la gastronomia i enriquir l'experiència dels nostres turistes i visitants amb ofertes honestes i creatives entorn d'ella, així com fomentar el turisme gastronòmic a través del coneixement, la innovació culinària i la projecció exterior dels valors gastronòmics autèntics del "Mediterrani en Viu".

■ 6.2.2. Turisme enològic

El vi i la cultura vitivinícola que l'envolta és una atracció turística de gran potencial per al nostre territori, i una oportunitat de dinamització per al Mediterrani Rural. La Comunitat Valenciana compta amb prop de 200 empreses turístiques i cellers enoturístics, tres rutes del vi, a més de l'associació enoturística Terres dels Alforins i altres explotacions vitivinícoles i territoris que estan desenvolupant interessants línies de negoci turístic.

A través del programa CreaTurisme, Turisme Comunitat Valenciana promou des de 2016 -entre altres productes- l'enoturisme, treballant directament amb els agents del sector, per a desenvolupar estratègies conjuntes, apostar per productes innovadors i atractius que complementen l'oferta vacacional, afrontar reptes com la rendibilització dels fluxos turístics existents i el desenvolupament territorial, propiciar models de negoci més competitius, fomentar el valor de la cultura del vi per a la marca Comunitat Valenciana, generar missatges identitaris en els cellers i reconstruir el discurs propi dels paisatges valencians del vi.

A més d'accions formatives, de coordinació amb els agents i d'acompanyament a les empreses, Turisme Comunitat Valenciana ha acostat en 2018 el producte als mercats a través d'accions en fires turístiques com FITUR (Madrid), Gastronóma (València), Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana (València) i World Travel Market (Londres); presentacions al mercat nacional, com la realitzada en l'Oficina de la Generalitat a Madrid el passat 3 d'octubre, a la qual van assistir més de 70 agents de viatges i mitjans de comunicació o la celebració del Dia Europeu de l'Enoturisme, en col·laboració amb les rutes del vi.

Així mateix, en 2018, en el marc de CreaTurisme, s'han consolidat instruments de suport a la distribució i comercialització de productes d'experiències, entre ells l'enoturisme, amb la creació de la plataforma www.experienciascv.com, l'App per a mòbils i la publicació "Experiències: gastronomia", amb la posada en mercat de prop de 50 experiències relacionades amb l'enoturisme.

D'altra banda, en 2018 Turisme Comunitat Valenciana ha centrat el seu esforç en la definició d'un producte homogeni i de qualitat, creant un grup de treball integrat per les rutes de la Comunitat Valenciana i dirigit per la secretaria tècnica aportada per Turisme Comunitat Valenciana. La missió d'aquest equip és definir estàndard de servei, estratègies de desenvolupament i accions de posicionament en el mercat turístic nacional i internacional.

El grup de treball articula l'oferta territorial amb la integració de totes les rutes del vi, a més d'iniciatives de cellers turístics independents:

- ▶ Ruta del Vi d'Utiel-Requena (ACEVIN)
- ▶ Ruta del Vi d'Alacant (ACEVIN)
- ▶ Ruta del Vi de Castelló
- ▶ Terres dels Alforins - Consell Regulador de la DO Vi València (en vies de creació de ruta del vi)

En 2018, també es millora la cohesió del producte i integració de l'oferta amb la creació de la Federació d'Enoturisme de la Comunitat Valenciana, que permetrà en el futur abordar projectes –conjuntament amb l'administració autonòmica– de comunicació i promoció turística més ambiciosos i coordinats.

Finalment, en matèria de qualificació de l'oferta i competitivitat de les empreses, en 2018 s'han realitzat 5 activitats formatives professionals: "Jornades-Taller, creant oportunitats: dissenyar i comercialitzar enoturisme":

- ▶ Xaló, en col·laboració amb la Ruta del Vi d'Alacant i la Mancomunitat de la Vall de Pop.
- ▶ Villena, en col·laboració amb la Ruta del Vi d'Alacant i l'Ajuntament de Villena.
- ▶ Castelló, en col·laboració amb la Ruta del Vi de Castelló i Cambra Castelló.
- ▶ Requena, en col·laboració amb la Ruta del Vi d'Utiel-Requena i l'Ajuntament de Requena.
- ▶ Fontanars dels Alforins, en col·laboració amb l'Assoc. D'Enoturisme Terres dels Alforins, el Consell Regulador de la DO Vi València i l'Ajuntament de Fontanars dels Alforins.

Tallers impartits per especialistes en desenvolupament i gestió turística de l'enologia i vitivinicultura. Prop de 120 empreses, agents del turisme enològic i emprenedors van rebre formació sobre tècniques als cellers per a planificar i dur a terme accions concretes de millora adaptades a la seua realitat, en un mercat altament competitiu i especialitzat, amb metodologies actives de generació d'equips, posada en pràctica de noves experiències i estudi de casos d'èxit.

7. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE PROMOCIÓ



7.1. FIRES

■ 7.1.1. Fires i certàmens turístics nacionals

► **Fira FITUR, Madrid (17-21 gener)**

Participació en la XXXVIII edició de la Fira Internacional de Turisme, Fitur. Estand de 1.799 m² en què estan presents com a expositors les sis marques turístiques de la Comunitat, com també un centenar d'empreses, associacions i clubs de producte.

► **Fira FITUR GAY (LGBT), Madrid (17-21 gener)**

Participació de la Comunitat Valenciana per tercer any consecutiu en aquest certamen especialitzat en el segment LGBT creat en 2011 i que té lloc en el pavelló 3 d'IFEMA. Estand de 36 m² de disseny lliure inclòs en el concurs de fires 2017.

► **Fira FITUR Festivals, Madrid (17-21 gener)**

Participació en el I Certamen de Fitur Festivals dins de l'espai expositiu de Fitur. Estand de 36 m² contractat directament amb la fira.



► **Madrid Fusión (22-24 gener)**

Madrid Fusión és la trobada gastronòmica anual per excel·lència, la qual té lloc a Madrid. Durant tres dies la capital va albergar xefs reconeguts de tot el món. Turisme Comunitat Valenciana, en col·laboració amb la Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural va participar amb un estand de 12 m² en un dels certàmens més importants en territori nacional sobre gastronomia, un dels productes amb major potencial i projecció en els últims anys.

► **Fira NAVARTUR, Pamplona (23-25 febrer)**

Participació en la tretzena edició de la Fira Internacional de Turisme de Navarra, un certamen turístic important que té lloc al palau de congressos Baluarte de Pamplona. Estand de 100 m². Participació de patronats, Benidorm i la Federació de Càmpings.

Assistència al I Congreso Internacional Gastronómico, que va tindre lloc el dia previ i durant la primera sessió de celebració de la fira.

► **Fira SEVATUR, Sant Sebastià (9-11 març)**

XVI edició del Salón Internacional de la Evasión y el Turismo de Donostia-Sant Sebastià, la gran fira de turisme d'aquesta ciutat, que té lloc al Kursaal. Estand de 100 m². Participació de patronats, Benidorm i la Federació de Càmpings.

► **Fira B-TRAVEL, Barcelona (20-22 abril)**

El certamen turístic, després de Fitur, més important del nostre país. En 2018 va celebrar-ne la 27a edició. Té lloc a Fira Barcelona, a la seu de Montjuïc. La Comunitat Valenciana hi va participar amb un estand de 200 m² juntament amb patronats, Benidorm, Turisme Alacant i la Federació de Càmpings. Participació en la campanya en línia B-Travel, que té lloc durant tot l'any, amb la publicació de propostes d'activitats i excursions dins de les cinc temàtiques proposades: B-Delicious, B-Adventure, B-Special, B-Culture i B-Happy.

► **ROUTES EUROPE, Bilbao (22-24 abril)**

Participació en el certamen de connectivitat aèria d'escala europea Routes Europe amb un estand propi. En aquesta edició es va aprofitar la proximitat atés que l'esdeveniment es va celebrar a Bilbao. Van assistir diferents entitats junt amb Turisme Comunitat Valenciana per a promocionar el producte turístic i potenciar la connectivitat aèria, com la ciutat de València i l'aeroport de Castelló.

► **Fira EXPOVACACIONES, Bilbao (4-6 maig)**

Aquest certamen té lloc al recinte Bilbao Exhibition Center, BEC, situat al municipi de Barakaldo, contigu a Bilbao. En 2018 va ser l'edició número 39.

El País Basc és un dels principals emissors de turistes a la nostra comunitat, la qual ocupa el primer lloc en destinacions de viatges de vacances d'estiu. A causa de la importància d'aquest mercat emissor per al turisme de la Comunitat Valenciana, l'assistència a aquesta fira està sempre inclosa en el calendari anual de fires. Hi participem amb un estand de 100 m² juntament amb patronats, Benidorm, Turisme Alacant i la Federació de Càmpings

► **Fira de les Comarques, València (4-6 maig)**

La Comunitat Valenciana participa en aquest certamen per segona vegada. En aquesta edició l'estand va estar situat enfront de les taquilles de la plaça de bous a la zona exterior. Es tracta d'una fira on participen municipis turístics de la província de València. A l'interior de la plaça de bous es van desenvolupar activitats de turisme actiu i lúdiques organitzades per empreses del sector.

► **ALIMENTARIA, Barcelona (16-19 abril)**

Alimentaria reuneix totes les oportunitats del sector en sis salons especialitzats en els sectors alimentaris clau i en tendències de consum. Turisme Comunitat Valenciana, en col·laboració amb la Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural va participar amb un estand de 20 m², en el qual es van exposar tant productes amb denominació d'origen com l'oferta gastronòmica de la Comunitat gràcies a la mostra organitzada en la barra-showcooking gestionada per la xarxa de CdTs.



► **Fira ARATUR, Saragossa (11-13 maig)**

13a edició de la fira ARATUR, que manté durant tres anys consecutius la nova ubicació al palau de congressos, situat molt pròxim al centre de la ciutat. Les deu primeres edicions van tindre lloc a Feria Zaragoza, situada fora de la ciutat, amb un accés i comunicació pitjors. La Comunitat Valenciana va disposar allí d'un estand de 100m² juntament amb patronats, Benidorm i la Federació de Càmpings.

► **Mostra de Turisme, València (20-21 octubre)**

La Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana és una acció de promoció dirigida íntegrament a les empreses del sector turístic i amb l'objectiu principal de promocionar experiències per al mercat i el públic en general. Una acció enfocada en les experiències i el producte especialitzat que ofereix un punt de trobada on tot el sector pot mostrar al públic assistent l'oferta turística de la Comunitat Valenciana.

► **Fira de TOTS SANTS, Cocentaina (1-4 novembre)**

La fira va ser declarada festa d'interés turístic nacional l'any 2012.

En 2018 es va celebrar l'edició número 672. La fira té lloc als carrers de la localitat. La superfície expositiva va arribar fins als 135.935 m² en els quals hi ha maquinària, una zona comercial, un mercat medieval, un soc àrab, una zona gourmet, alimentació, productes típics, una fira cavallina, espectacles, atraccions i una zona de turisme.

Turisme Comunitat Valenciana va reservar quatre casetes de fusta (forma de participació homogènia en la zona de Turisme) i va participar juntament amb Benidorm, l'Oceanogràfic, Tour & Kids, el club de producte Temps i la Federació de Càmpings.

► **Fira INTUR, Valladolid (22-25 novembre)**

Es va celebrar a la Feria de Valladolid la 20a edició d'aquesta fira, la Feria Internacional del Turismo de Interior. La Comunitat Valenciana va disposar allí d'un estand de 100 m² juntament amb patronats, Benidorm i la Federació de Càmpings.

Va destacar l'increment registrat en les jornades d'Intur Negocios, amb un 20% més de professionals inscrits, tant compradors com representants de l'oferta.

► **IBTM World, Barcelona (27-29 novembre)**

Assistència a IBTM World amb un estand propi dins de la contractació de fires 2018-2019. Hi assisteixen juntament amb la Comunitat Valenciana algunes empreses a més de les marques turístiques.

Turisme Comunitat Valenciana va participar en aquest certamen, un dels més grans del món de turisme MICE, amb un estand propi per primera vegada. L'estand, de 131 m², va agrupar les sis oficines de congressos de la Comunitat i altres 52 empreses i entitats que treballen en el turisme MICE en la comunitat autònoma. Durant la fira, es mantenen unes 40 reunions amb operadors MICE de tot el món.

■ 7.1.2. Fires i certàmens turístics internacionals

► VAKANTIEBEURS, Utrecht (9-14 gener)

Una fira en la qual es van donar cita les millors empreses i professionals relacionades amb el sector, per a tots ells un esdeveniment de molta importància i d'assistència quasi inexcusable, tant per les novetats que s'hi observaren com pels contactes que es pogueren establir.

► REISELIVSMESSEN, Oslo (12-14 de gener)

Participació en el certamen noruec amb un estand propi de 18 m² en què es presenta l'oferta turística d'alguns municipis de la Costa Blanca: L'Alfàs del Pi, el Campello i Torrevieja. Així mateix, hi participa l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca. Algunes empreses alacantines amb interessos en el mercat noruec hi estigueren presents.

► Fira HOLIDAY WORLD, Dublín (26-28 gener)

Participació en el certamen turístic més important que se celebra a Irlanda. Hi van prendre part amb un total de 3 mostradors (Castelló, Benidorm i Turisme Comunitat Valenciana) de la Comunitat Valenciana dins de l'estand de Turespaña. A més, la Federació de Càmpings de la Comunitat Valenciana també hi van prendre part amb un mostrador.

► SALON DES VACANCES, Brussel·les (1-4 febrer)

És l'exhibició vacacional més important de Bèlgica. Es dirigeix al públic en general, no només al professional.

► Fira REISEN, Hamburg (7-11 de febrer)

Fira generalista de públic, s'assisteix dins de l'estand de Turespaña.

La fira Reisen Hamburg se celebra a la ciutat d'Hamburg amb el nom oohh! FreizeitWelten 2018. És la fira més gran del nord d'Alemanya de turisme vacacional, viatges de creuers, cicloturisme i caravanes, i està dirigida al públic general i el client final. Aquests quatre sectors de la fira no són nous, sinó que han existit també en les edicions passades, però en aquesta edició Hamburg Messe und Congress els ha donat una imatge nova amb el nom aglutinador d'oohh! Die FreizeitWelten presenten els mateixos productes.

La distribució per pavellons també s'ha renovat. En el nostre cas, la millor manera d'assistir-hi és en la part de Reisen, on es presenten les destinacions. Les marques turístiques participants en 2018 van ser: Costa Blanca, Turisme Alacant i València Turisme.

► TOUR SALON, Poznan (9-11 febrer)

Assistència a aquest certamen amb un estand propi ja que Turespaña no assisteix a fires turístiques a Polònia. En l'estand de 20 m² contractat per Turisme Comunitat Valenciana van estar presents l'aeroport de Castelló i la Diputació de Castelló.

► **PARMA GOLF SHOW, Parma (17-19 febrer)**

Participació en la fira de golf de Parma amb un espai propi de 8 m² (estand modular). Aquesta fira se celebra com a part del Travel Outdoor Fest, que inclou una part dedicada al producte caravàning, una altra al ciclisme i una altra al golf. S'hi assisteix juntament amb l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca i Comunitat Valenciana.

► **CONNECT, Tbilissi. Geòrgia (20-22 febrer)**

Representants de Turisme Comunitat Valenciana assisteixen a aquesta cita anual de connectivitat aèria d'Europa i Pròxim Orient, juntament amb representants de l'aeroport de Castelló, amb agenda pròpia de cites amb companyies aèries.

► **F.RE.E, Munic (21-25 de febrer)**

Fira generalista, s'assisteix en l'estand de Turespaña.

La fira f.re.e que celebra a la ciutat de Munic és una fira de vacances en la qual hi ha diferents sectors com turisme de salut i benestar, caravanes i turisme de naturalesa, esports i bicicleta: l'edició de 2017 de la fira de turisme de Munic va disposar de més de 1.300 expositors procedents de 65 països diferents i s'ha posicionat com la segona fira alemanya de turisme de públic final, per darrere de la de Stuttgart. A més, es va superar el rècord de visitants amb un total de 135.000. Es tracta de la fira més important del sud d'Alemanya, que té lloc cada any a la capital bavaresa. En aquesta edició de la f.re.e. s'ha tornat a registrar la xifra rècord de visitants, 135.000, que es va aconseguir ja en 2017. Tornar a aconseguir aquesta xifra de visitants va ser sobretot gràcies a l'afluència de públic registrada durant el cap de setmana. El grau de satisfacció dels visitants ha superat fins i tot el rècord de l'any passat: 96% dels visitants enquestats van donar la millor nota a la f.re.e. Les marques turístiques participants van ser: Costa Blanca, juntament amb els municipis de Calp, Alcoi i Torrevieja i València Turisme.

► **FERIE FOR ALLE, Herning (23-25 de febrer)**

Principal certamen turístic a Dinamarca i segon en importància després de MATKA en l'àmbit nòrdic. Es va disposar d'un mostrador integrat en l'estand institucional espanyol (compartit entre València Turisme i Turisme Comunitat Valenciana). La participació espanyola inclou un espai independent a l'estand principal destinat a expositors de golf en el qual va participar l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca.

► **UTAZAS PINK CORNER, Budapest (1-4 març)**

Turisme Comunitat Valenciana, en el marc de les accions del Pla Operatiu 2018 vinculades al producte o segment LGBT, va participar en aquest certamen a Hongria amb un estand.

► **ITB Berlin, Berlín (7-11 març)**

Com a fira líder del sector de la indústria turística en el món, ITB Berlín és la plataforma de negocis per a l'oferta turística global: països, ciutats i regions, operadors turístics, portals de reserves en línia i hotels, i molts altres proveïdors de serveis de més de 180 països presenten els seus productes i serveis. La participació de Turisme Comunitat Valenciana durant l'edició 2018 de la ITB de Berlín va consistir en un espai singular de 100 m² amb sala de reunions, magatzem, 6 mostradors i una àmplia zona de reunions amb taules per a les empreses i marques turístiques.



► **ITB Pink Corner, Berlín (7-11 març)**

Dins de les accions dirigides al públic LGTBI, una n'és l'assistència al Pink Corner de la fira ITB Berlin on s'atén un mostrador i es disposa d'una taula de reunions per a establir contactes amb empresaris del sector. Lucho, de Visit Benidorm, va col·laborar directament amb Turisme Comunitat Valenciana atenent el mostrador i es va fer una presentació de destinació.

► **MITT, Moscou (13-15 de març)**

Un dels principals certàmens europeus i cita ineludible per a ens i empreses amb interessos en el mercat rus. La Comunitat Valenciana va presentar la seua oferta en cinc mostradors dins de l'estand espanyol: Castelló, València Turisme, Benidorm, Costa Blanca i Turisme Comunitat Valenciana van ocupar aquest espai. Es va registrar la presència d'empreses de la Comunitat Valenciana amb interessos en el mercat rus.

► **SALON MONDIAL DU TOURISME, París (15-18 març)**

Del 15 al 18 de març de 2018 es va celebrar a París (Parc d'Exposicions de la Port de Versailles) la fira "Salon Mondial du Tourisme 2018". Es tracta d'una de les fires generals de turisme més importants de França per a descobrir les tendències i les noves destinacions. En 2018 va celebrar la seua 43 edició. Van estar presents oficines de turisme, operadors turístics, agències de viatges, establiments d'allotjament, etc. Tots els actors que exerceixen un paper important en el sector oferiren una opció variada i innovadora. La Comunitat Valenciana va participar sota el paraigua de Turespaña. Des d'aquest espai, els tècnics de cadascuna de les marques turístiques de la Comunitat Valenciana van atendre a tots aquells interessats en la nostra destinació.

► **M&I EUROPE SPRING, Algarve (18-21 abril)**

La Comunitat Valenciana va disposar de tres taules i les agendes de reunions respectives en aquest fòrum especialitzat en turisme MICE, al qual van assistir també les oficines de congressos de Costa Blanca, Alacant, Elx, València i Benidorm. Al fòrum van assistir més de 200 operadors especialitzats en MICE de tot Europa.

► **IMEX, Frankfurt (15-17 de maig)**

Turisme Comunitat Valenciana va assistir amb un espai singular dins de l'estand de Turespaña, compost per sis taules de treball, amb les seues agendes respectives. L'espai de la Comunitat agrupa un total de 22 entitats i empreses del sector MICE de la Comunitat.

► **M&I EUROPE SUMMER, Dubrovnik (5-9 juny)**

Turisme Comunitat Valenciana va assistir a aquest fòrum de turisme MICE amb dues taules i agendes de reunions, juntament amb les oficines de congressos de València, Benidorm, Elx i Alacant. Es van mantindre unes quaranta reunions amb operadors MICE de tot Europa.

► **PROUD EXPERIENCES, Londres (6-8 juny)**

Certamen amb format B2B especialitzat en el segment LGTBI. Es va disposar d'una taula en la qual, a més de Turisme Comunitat Valenciana, van participar Costa Blanca i Benidorm.

► **NORDEA MASTERS GOLF, Göteborg (16-19 agost)**

Participació en el torneig de golf més important que se celebra a Suècia i que forma part del circuit European Tour. Espai propi consistent en una carpa de 9 m² en la qual van estar presents representants de l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca i Comunitat Valenciana, Meliá Villaitana, La Sella Golf Resort, Grupo Quara i Las Colinas.

► **KLM OPEN GOLF, Spijk Gem Lingewaal (13-16 setembre)**

Participació el KLM Open, el torneig de golf més important que té lloc a Holanda a escala professional i que forma part de l'European Tour. Vam disposar d'un espai de 12 m² dins de la carpa de la fira del torneig en el qual van estar presents representants de l'Associació de Camps de Golf de Costa Blanca i Comunitat Valenciana, Grupo Quara i La Sella Golf Resort.

► **Fira IFTM Top Resa, París (25-28 setembre)**

Participació en la fira IFTM-TOP RESA, que va tindre lloc al Parc d'Exposicions de la Porta de Versailles del 25 al 28 de setembre de 2018. Turisme Comunitat Valenciana va assistir com a expositors dins de l'estand de Turespaña, juntament amb el Patronat Provincial Turisme Castelló, Patronat Provincial de Turisme de València i Fundació Turisme València. Donada la importància del mercat francès per al turisme de la Comunitat Valenciana aquest certamen va ser inclòs en el calendari de fires 2018. Es tracta d'una fira B2B del turisme a França, és la cita de referència dels professionals del sector per a trobar-se, negociar i entendre les evolucions del sector. Aquest és potser el principal esdeveniment al país veí relatiu al turisme d'oci, de negocis i d'esdeveniments.

► **IGTM, Ljubljana (15-18 octubre)**

Assistència a la fira dedicada al turisme de golf més important que se celebra anualment i que reuneix els turoperadors i la premsa dedicada als productes de golf més rellevants del món. Hi vam prendre part amb el disseny i el muntatge d'un estand comú per a les empreses de la Comunitat Valenciana inscrites com a expositores en la fira. En 2018 van participar-hi: Patronat de Turisme Castelló, club de camp Mediterráneo, Oliva Nova Beach & Golf Resort, Dénia La Sella Golf Resort & Spa, Asia Gardens Hotel & Thai Spa, Meliá Villaitana, Bonalba Golf Resort & Hotel, Font del Llop Golf, hotel La Finca Golf & Spa i Las Colinas Golf & Country Club.

► **IMEX, Las Vegas (15-17 octubre)**

Turisme Comunitat Valenciana hi participa amb un espai propi dins de l'estand de Turespaña, compartit amb Fira València. Durant la fira es mantenen unes vint reunions amb operadors MICE, especialment dels EUA i el Canadà.



► **WORLD TRAVEL MARKET, Londres (5-7 novembre)**

Assistència a la fira de turisme més important que se celebra al Regne Unit amb un espai estand propi de 287 m² en el qual van estar representades les 6 marques de la Comunitat Valenciana i 39 empreses expositores valencianes.

En el recinte firal es van contractar uns panells retroil·luminats de publicitat en una de les portes d'accés al pavelló on se situava el nostre estand. A més, també es van contractar els serveis de l'agència Lotus, que va proporcionar una agenda de cites amb premsa i agències de viatges majoristes britàniques.

► **ILTM, Cannes (3-6 desembre)**

S'assisteix a aquesta fira, una de les majors cites anuals del turisme de luxe i *premium*, amb dues taules i les agendes de reunions respectives dins de l'estand de Turespaña. Juntament amb Turisme Comunitat Valenciana hi van participar també Turisme València, Valencia Premium i l'empresa especialitzada en aquest segment, Joyas de España. Durant la fira es mantenen més de trenta reunions amb operadors especialitzats de tot el món.



7.2. TALLERS, JORNADES INVERSES I PRESENTACIONS

■ 7.2.1. Mercat nacional

► Jornada de turisme cosmopolita al CdT de València (7 maig)

El CdT de València va acollir aquesta jornada, promoguda per Turespaña i Turisme Comunitat Valenciana, l'objectiu de la qual era mostrar i debatre les possibilitats i les actuacions d'aquest segment de mercat en diversos països europeus i als EUA.

► "Travel meeting", Xarxa de Ciutats AVE a Madrid (15 novembre)

Participació en aquest taller organitzat per la Xarxa de Ciutats AVE a l'hotel NH Eurobuilding de Madrid. Van assistir a l'espai de Turisme Comunitat Valenciana les entitats: Valencia Premium, AR Hoteles, HQ Rooms i Viajes Globus.

► **Assistència a Costa Cálida IAGTO Trophy a Múrcia (23 maig)**

Jornada de treball organitzada per l'associació IAGTO (International Association of Golf Touroperators) que reuneix huitanta agències de viatges majoristes membres de l'associació que mantenen reunions amb els camps i els hotels que hi participen.

► **Jornada Tour & Kids. La marca del turisme familiar a la Comunitat Valenciana al CdT de Castelló (23 maig)**

En aquesta jornada van haver-hi 35 assistents, destinacions i empreses turístiques de la província de Castelló interessades a potenciar el turisme familiar, i en les quals es va parlar de les oportunitats que representa especialitzar-se en el turisme familiar i com obtenir el segell Tour & Kids, reconegut com la marca del turisme familiar a la Comunitat Valenciana que actualment aglutina 17 destinacions i vora 50 empreses certificades com a turístiques familiars.

► **Jornada Tour & Kids, València (19 de juny)**

La jornada va comptar amb una benvinguda institucional i les intervencions per part de representants de Turisme Comunitat Valenciana i del gerent de Tour & Kids, a més de l'experiència de diferents casos d'èxit d'empreses i destinacions que han apostat pel turisme familiar, com ara el director comercial d'Actio SL, el responsable de Màrqueting Relacional i Promoció de la Ciutat dels Arts i les Ciències, la directora en cap de Turiart i un representant de comunicació de l'Ajuntament de Cofrentes. En total vam tindre una audiència de 35 assistents entre empreses i destinacions.

► **Presentació d'enoturisme (3 d'octubre)**

Es va fer una presentació d'enoturisme per part de les rutes del vi de la Comunitat a operadors madrilenys que va tindre lloc a la seu de la Generalitat a Madrid el 3 d'octubre.

■ 7.2.2. Mercat internacional

► **EL REGNE UNIT**

Jornada inversa de turisme escolar a València i Alacant (20-23 setembre)

Taller organitzat per l'OET de Londres que va reunir a València un total d'11 agències de viatges majoristes britàniques especialitzades en aquest producte i la representant de School Travel Forum. L'acció es va iniciar amb una taula redona entre algunes de les agències de viatges majoristes i un representant d'una agència receptiva local, va continuar amb un taller en què van participar vint empreses de la regió i es va completar amb el començament d'un viatge de familiarització per al grup que els va portar a conèixer València, Dénia i Alacant. Aquesta acció va tindre la participació de Turisme València, el Patronat de la Costa Blanca i Turisme Alacant.

► **Jornada inversa de turisme de luxe, gastronòmic i cultural a Salamanca (26-27 setembre)**

Taller organitzat per l'OET de Londres que va reunir tretze agències de viatges majoristes britàniques especialitzades en el producte cultural i gastronòmic. El taller es va iniciar amb una xarrada de diversos representants de les agències de viatges majoristes i va completar-se amb una jornada de treball amb entrevistes entre els agents britànics i els representants de les comunitats autònomes assistents.

► **Taller GEM a Londres (1-3 novembre)**

Global European Marketplace és una jornada de treball organitzada per l'organització ETOA (European Touroperator Association). Durant el taller es van mantindre reunions acordades prèviament amb agències de viatges majoristes membres de l'associació.

► **LA XINA**

Participació en FOTEC, Xangai (13-15 setembre)

II Fòrum de Turisme Espanya-Xina, FOTEC, Xangai, República Popular de la Xina.

Turisme Comunitat Valenciana hi va participar amb una taula i agenda de reunions pròpies, juntament amb trenta empreses i entitats de promoció espanyoles més en la segona edició d'aquest fòrum bianual que en aquesta ocasió va tindre lloc a la ciutat de Xangai. Durant l'esdeveniment van tindre lloc 25 reunions amb altres operadors turístics xinesos.

► **L'ÍNDIA**

Taller sobre el mercat indi a València (28 setembre)

Turespaña i Turisme Comunitat Valenciana van organitzar conjuntament aquest taller que va tindre lloc a l'hotel Las Arenas de València i que va acollir 22 operadors indis i 30 de la Comunitat. El taller es va celebrar en el marc d'un viatge de familiarització d'aquests operadors per la Comunitat de Madrid, Andalusia i la Comunitat Valenciana, i va incloure les presentacions del mercat indi als operadors valencians i, de la Comunitat Valenciana, als operadors indis.

► **ITÀLIA**

Road show a Itàlia (Roma, Florència, Verona i Torí, 9-12 abril)

Davant de la pèrdua d'importància del mercat dels operadors turístics en el mercat italià, s'organitza aquest *road show* on l'oferta d'empreses turístiques espanyoles es troba amb agències minoristes italianes (En l'Oficina d'Espanya en Milà).

Presentació de la Comunitat Valenciana i la província de València a Roma (9 maig)

Aquest acte va incloure una experiència gastronòmica per part de cuiners desplaçats des de València i va comptar amb la presència de l'ambaixador espanyol i del conseller de turisme a Roma.

► **FRANÇA****Assistència a Costa Blanca Valencia Region Ryder Trophy a París (6-7 juny)**

Acció organitzada per l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca i la Comunitat Valenciana en el camp que anava a ser seu de la Ryder Cup 2018. L'acció es va iniciar amb una jornada de golf i es va completar amb una trobada entre els 28 operadors turístics de golf europeus assistents i els 19 empresaris de la Comunitat Valenciana desplaçats per a l'esdeveniment.

Presentació del *Misteri d'Elx* a Lió (22 setembre)

Presentació de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana i Elx a Lió i concert en col·laboració del cor de Lió i el cor d'Elx.

► **POLÒNIA****Jornades Directes a Varsòvia i Gdansk (17-18 abril)**

L'OET de Varsòvia va organitzar la tercera edició d'aquestes jornades, marc per a la trobada entre empreses i destinacions turístiques espanyoles i operadors turístics i agències poloneses, on també es va prestar una atenció especial a les especialitzades en MICE. Les Jornades Directes Polònia 2018 es van celebrar el dimarts dia 17 d'abril de 2018 a Varsòvia i el dimecres dia 18 d'abril de 2018 a la ciutat de Gdansk. Turisme Comunitat Valenciana va reservar dues taules de treball, que van ser compartides amb l'Ajuntament de Calp i les empreses IDEAL TOURS, de Benidorm, i AR Hoteles, de Calp. En aquesta tercera edició va estar present també Visit Benidorm (que van compartir taula amb Hoteles Poseidón) i Turisme València.

► **ROMANIA****Presentació de la Comunitat Valenciana a Bucarest (25 abril)**

Aquesta presentació es va fer a l'Institut Cervantes de Bucarest i van participar-hi Turisme València, el Patronat de Turisme de Castelló, l'aeroport de Castelló i Introducing Castelló. Tots aquests agrupats sota l'organització de Turisme Comunitat Valenciana i Turespaña. Un total de 34 assistents entre agències de viatges i mitjans de comunicació romanesos van assistir a la presentació de destinació de la Comunitat Valenciana, així com a l'intercanvi d'informació de contacte posterior que es va celebrar durant el còctel.

► **TURQUIA****Presentació CV a Istanbul (24 setembre)**

Presentació de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana acompanyada d'una degustació gastronòmica.

7.3. VIATGES DE PREMSA I FAMILIARITZACIÓ

■ 7.3.1. Mercat NACIONAL

► Viatge de premsa al DNA Festival Gastronòmic de Dénia (28-30 setembre)

Viatge de premsa amb motiu d'una de les cites culinàries més rellevants del panorama nacional. Díhuit xefs de prestigi reconegut participaren en la segona edició de DNA Festival Dénia que està organitzat per Turisme Comunitat Valenciana i l'Ajuntament de Dénia i el comissariat Quique Dacosta, amb tres estrelles Michelin.

► *Blog trip* Santantonades, província de Castelló (25-28 gener)

Amb motiu de les festes de Sant Antoni que se celebren a principi de gener en diferents municipis de la Comunitat Valenciana es va organitzar un *blog trip* perquè els bloguers de *SaltaConmigo* mostraren aquestes festes. En concret, van visitar Forcall, Morella, Cinctorres i la Mata.

► Viatge de familiarització d'executius de creuers a Castelló (17-23 juliol)

Viatge d'executius de la companyia de creuers Virgin a Castelló amb motiu de la celebració del festival FIB de Benicàssim per a promoure l'arribada de creuers de la companyia en edicions futures del certamen.

► Col·laboració amb la Fundació Blas Méndez Ponce

Col·laboració en un viatge de turisme inclusiu atesa la sol·licitud de la Fundació Blas Méndez Ponce d'ajuda al xiquet oncològic que farà una visita a la ciutat de València entre els dies 25 i 28 d'octubre. Per a l'organització d'aquest viatge, per part de Turisme Comunitat Valenciana es van facilitar els desplaçaments a la Comunitat Valenciana, així com les entrades a l'Oceanogràfic i un dinar.

■ 7.3.2. Mercat INTERNACIONAL

► MALÀISIA

Viatge de premsa per a la filmació de l'equip RTM Malaysia (29-30 abril)

Viatge d'un equip de TV malai per a filmar imatges a Alacant i el Castell de Guadalest per al programa *Ola Spain with Keith Foo*.

► L'ÍNDIA

Viatge de familiarització MICE i premium (27-29 setembre)

► EL JAPÓ

Viatge de familiarització d'agències de viatges (4-10 setembre)

Viatge d'agents representants de sis dels principals operadors nipons que treballen amb Espanya. Es van visitar localitats de les tres províncies de la Comunitat Valenciana.

► HOLANDA

KCK Kampeer. A Caravan Kampioen. Visita d'una periodista a Bocairent (9 d'octubre)

L'OET de la Haia es va posar en contacte amb nosaltres perquè un periodista tenia prevista la visita a la nostra província. Després de parlar amb València Turisme es va programar una visita turística a Bocairent i un dinar en un restaurant tradicional.

Viatge de premsa a Benidorm cosmopolita (26-29 setembre)

Viatge multimercat destinat a fer conèixer bloguers i influenciadors de diferents països d'Europa l'oferta d'activitats de Benidorm per a un turista de perfil actiu.

► BÈLGICA

Benidorm Pride, excursió LGTBI (5-9 setembre)

Blog trip amb influenciadors joves LGTBI amb estil elegant, cosmopolita i actiu per a conèixer una destinació *gay-friendly* tot l'any a través del certamen Benidorm Pride: gastronomia, esports i estil de vida en l'últim orgull de l'any.

Viatge de premsa a Benidorm cosmopolita (26-29 setembre)

Viatge multimercat destinat a fer conèixer bloguers i influenciadors de diferents països d'Europa l'oferta d'activitats de Benidorm per a un turista de perfil actiu.

Viatge de premsa gastronòmic (2-4 octubre)

Viatge de premsa de quatre periodistes/influenciadors belgues per a conèixer el nostre producte de turisme gastronòmic.

► **ITÀLIA**

Viatge de premsa a Benidorm Cosmopolita (16-29 octubre)

Viatge d'influenciadors italians i francesos per a conèixer l'oferta d'activitats de Benidorm per a un turista de perfil actiu.

► **RÚSSIA**

Viatge de familiarització d'agents russos, Tour Prestige Club (1-7 març)

Viatge de dotze agents russos a València i Castelló. Aquests agents formen part de l'operador Tour Prestige que opera en l'àrea de Sant Petersburg des de fa més de vint anys. El seu perfil de client es correspon amb el del turista individual amb poder adquisitiu alt.

Viatge de familiarització d'operadors turístics de Sant Petersburg (15-20 abril)

Viatge de deu agents russos que van visitar l'oferta de diverses localitats de la Costa Blanca i de la ciutat de València.

Viatge de familiarització d'agents de viatges i l'operador Russian Express (15-22 abril)

Viatge de setze agents russos que van visitar l'oferta de diverses localitats de la Costa Blanca i de la ciutat de València.

Viatge de familiarització d'agents russos i l'operador Good Time Travel (12-19 maig)

Viatge de tretze agents russos que van visitar l'oferta de diverses localitats de la Costa Blanca i de la ciutat de València



► POLÒNIA

Viatge de familiarització MICE (26-29 juny)

Viatge de sis agents MICE plantejat per l'OET de Varsòvia dirigit al mercat polonès. Va tindre lloc a la ciutat de València i va incloure també la visita a la ciutat de Gandia.

Aquest viatge d'agents estava plantejat per a mostrar a agents MICE de la ciutat de Varsòvia les possibilitats que ofereixen les ciutats de València i Gandia per a l'organització de tota mena de convencions, congressos i exposicions.

Viatge de premsa als castells de la Comunitat Valenciana (17-21 octubre)

Aquest viatge de premsa es va plantejar per a mostrar a diferents mitjans de la ciutat de Varsòvia les opcions de castells visitables que ofereix la Comunitat Valenciana. A causa de la durada limitada del viatge i l'entrada per l'aeroport d'Alacant es va reduir l'itinerari a la visita de la ciutat de València, Cullera, Xàtiva i el sud de la província d'Alacant.

Viatge de familiarització de turisme religiós (25 novembre-2 desembre)

Des de Turisme Comunitat Valenciana es pretenia fomentar el turisme religiós a través de la ruta del Grial (ruta de peregrinació) i Territori Borja. La ciutat de València compta amb un any jubilar a perpetuïtat cada cinc anys per albergar el grial reconegut pel vaticà. En el viatge de peregrinació es pretén donar a conèixer aquests dos productes turístics amb la visita als llocs més importants de cada ruta.

Així, respecte a la ruta del Grial, es va visitar València, Segorbe, Sagunt, el Puig de Santa Maria i el monestir de Sant Esperit a Gilet. Com a exemple de la ruta dels Borja, a més de València, es va visitar el monestir de Sant Jeroni de Cotalba, Gandia i Xàtiva, ciutats amb un gran llegat de la família valenciana Borja, molt coneguts històricament. També van visitar Peníscola per la importància religiosa i històrica del lloc.

► ÀUSTRIA

Viatge de premsa Discover Benidorm (16-19 octubre)

Un total de tres periodistes austríacs acompanyats pel tècnic de l'OET de Viena van visitar Benidorm per a descobrir el seu vessant més xic. Van allotjar-se a l'hotel Asian Gardens i van dur a terme activitats gastronòmiques amb visites als cellers Mendoza i el Parc Natural de la Serra Gelada.

Blog trip a Benidorm (5-9 setembre)

En col·laboració amb Visit Benidorm, vam oferir els trasllats al periodista austríac Mira Sprecakovic per a participar en el *blog trip* organitzat per Visit Benidorm amb motiu de la celebració del Benidorm Pride 2018.

► PAÏSOS NÒRDICS

Blog trip Winter Sun & Sports a Benidorm (2-6 octubre)

Viatge de bloguers multimercat per a promocionar l'oferta d'activitats a l'aire lliure i nàutiques de Benidorm aprofitant les condicions climatològiques excel·lents durant la tardor i l'hivern.



Viatge de premsa a Benidorm cosmopolita (26-29 setembre)

Viatge multimercat destinat a fer conèixer a bloguers i influenciadors l'oferta d'activitats de Benidorm per a un turista de perfil actiu.

► DINAMARCA

Viatge de premsa *Jyllands-Posten* (20-25 març)

Viatge de premsa del periodista Jorgen Laurvig a la Costa Blanca amb la finalitat que recaptara informació per a escriure en la secció turística del diari *Jyllands-Posten* amb una tirada de 150.000 exemplars.

Viatge de premsa TV DK 4 (24-28 octubre)

Viatge de premsa d'un equip de TV per a la gravació d'imatges per a un programa de la cadena danesa DK4 d'àmbit nacional. El viatge es va centrar a assenyalar el gran potencial de la Costa Blanca com a destinació ideal per a esportistes i cicloturistes.

Viatge de premsa *Helsingor Dagblad* de Dinamarca (23 febrer-2 març)

Viatge de premsa del periodista Bent Stenderup del mitjà danès *Helsingor Dagblad* organitzat a través de l'OET de Copenhaguen. El periodista va visitar els camps de La Finca i Las Ramblas.

Viatge de premsa *Golfavisen* de Dinamarca (6-7 març)

Viatge de premsa del periodista Jens Christensen del mitjà danès *Golfavisen* organitzat per l'OET de Copenhaguen. El periodista va visitar els camps de Meliá Villaitana i Alicante Golf.



► SUÈCIA

Viatge de premsa Svenska Dagbladet (5-8 febrer)

Viatge de premsa a Alacant del periodista suec Lars Collin, acompanyat del fotògraf Mauro Rongione, amb la finalitat de preparar un article sobre la ciutat per a publicar-lo en el diari *Svenska Dagbladet*.

Viatge de premsa diari Aftonbladet (8-11 juny)

Viatge de premsa del periodista Jonas Henningsson a Alacant per a escriure una guia turística de la ciutat que s'anava a publicar en el diari *Aftonbladet*, el de més tirada a Suècia, amb 530.000 exemplars.

► BIELORÚSSIA

Viatge de familiarització d'agents de viatges de l'operador Intercity (21-25 maig)

Viatge de 25 agents de l'operador turístic Intercity que van visitar els atractius turístics i l'oferta hotelera de diverses localitats de la Costa Blanca.

Viatge de familiarització d'agents de viatges de l'operador Rosting (29-5 juny)

Viatge de dotze agents de l'operador turístic Rosting que van visitar els atractius turístics i l'oferta hotelera de diverses localitats de la Costa Blanca.

Viatge de familiarització d'agents de viatges de l'operador ABS (29-5 juny)

Viatge de quinze agents de l'operador turístic ABS que van visitar els atractius turístics i l'oferta hotelera de diverses localitats de la Costa Blanca.

► UCRAÏNA

Viatge de familiarització d'agents de viatges de l'operador ucraïnès TPG (10-17 juny)

Viatge de diferents agents de l'operador turístic ucraïnès TPG (25 agents). Es van allotjar en diferents localitats de la Costa Blanca i van visitar-ne l'oferta hotelera i els atractius turístics principals amb una extensió a València.

Viatge de premsa de Vogue Ucraïna (26 setembre-1 octubre)

Participació en el viatge de premsa consensuat amb l'OET de Varsòvia referent al mercat ucraïnès, concretament a la publicació *Vogue*. Té lloc a la província d'Alacant entre els dies 26 de setembre i l'1 d'octubre de 2018. Hi participen, a més de Turisme Comunitat Valenciana, les marques Costa Blanca, Turisme Alacant, Visit Benidorm i els ajuntaments d'Alcoi i Elx.

► ROMANIA

Viatge de premsa a Castelló i València (27-30 setembre)

La periodista Elena Dinu de Cap Compas visita la ciutat de València i la província de Castelló per a elaborar posteriorment un programa de televisió que s'emetrà en el mercat romanès.

Viatge de familiarització d'operadors turístics a Castelló i València (25-30 octubre)

Cinc agents de viatges romanesos juntament amb una empleada de Blue Air i la tècnica de l'OET de Viena van visitar la ciutat de València, com també la província de Castelló (Benicàssim, Peníscola i Morella) per a conèixer tant les destinacions com l'oferta hotelera.

► REPÚBLICA TXECA

Viatge de premsa pel vol Pardubice de Ryanair (26-29 març)

Amb motiu de l'obertura de la nova línia Alacant-Pardubice un total de cinc mitjans txecs van visitar la Costa Blanca. En concret, els municipis turístics de Benidorm, Altea, Alacant, el Campello, Elx i Novelda.

Viatge de premsa de mitjans de golf de la República Txeca (8-11 novembre)

Visita dels periodistes Roman Zvaric dels mitjans *Playboy* i *novinky.cz* i Cenek Lorenc de *golfvacations.cz* que van fer visites a diversos camps de golf de la província de València, així com a la ciutat mateixa. El viatge va comptar amb la participació de Turisme València i l'associació Valencia Premium, a més de l'OET de Viena.

► ELS ESTATS UNITS

Viatge de premsa de periodistes estatunidencs a la Comunitat Valenciana (5-7 novembre)

Quatre periodistes provinents dels EUA, juntament amb el tècnic de l'OET de Nova York, van visitar la Comunitat Valenciana de nord a sud. Van començar per la ciutat de València per a pujar posteriorment a la província de Castelló (Vilafamés, Morella, Peníscola) la Costa Blanca (Dénia, Alcoi) i van acabar a la província de València amb Bocairent i Xàtiva.

► FRANÇA

Viatge de premsa de la revista Voyages (23-26 abril)

La nova revista de viatges *Voyages* és l'encarregada de crear un reportatge fotogràfic sobre València i l'arròs. Per a això s'hi van desplaçar la redactora cap, Nathalie Moreau, i un fotògraf.

Viatge de premsa de Transavia (26-27 maig)

Viatge de premsa en col·laboració amb l'OET de París amb motiu de la nova connexió de Transavia entre París i Alacant.

Viatge de premsa per a veure el Misteri d'Elx (26-29 octubre)

Viatge de premsa amb periodistes francesos (majoritàriament de Lió) que té lloc entre el 26 i el 29 d'octubre, que coincideix amb les representacions extraordinàries (en els anys parells) del *Misteri d'Elx*.

Blog trip de turisme familiar (20-23 octubre)

La bloguera familiar de Trip and Twins va visitar la Comunitat Valenciana, en concret els municipis d'Alborache, Calp, Benidorm, Ibi (l'Hotel del Juguete) i Elx. Organitzat amb el Club de Producte Tour & Kids.

TRIP AND TWINS

BLOG VOYAGES EN FAMILLE

VOYAGER EN FAMILLE DESTINATIONS ▼ ADRESSES KID FRIENDLY JOLIE GIRONDE TRIPS SANS TWINS



Espagne – Alicante en famille : 8 adresses kid friendly

EUROPE. KID FRIENDLY / DIMANCHE, OCTOBRE 28TH, 2018

Bienvenue !

Nous sommes Solen & James, nous voyageons chaque année pendant plusieurs mois avec nos p'tits blonds, des jumeaux de 3 ans fans de Pat Patrouille et de draïalenne.



Pour en savoir plus sur le blog & nous

Viatge de premsa Benidorm cosmopolita (16-18 octubre)

Viatge d'influenciadors italians i francesos per a conèixer l'oferta d'activitats de Benidorm per a un turista de perfil actiu.

Viatge de premsa pel campionat Trail World Championship a Castelló del Regne Unit, França i Dinamarca (10-14 maig)

Viatge de premsa que va reunir quatre periodistes dels mitjans francesos *Endurance Mag*, *V2Run*, el britànic *Run247* i el danès <http://lobemagasinet.dk>, amb motiu del World Cup Trail celebrat al Penyagolosa.

► **LA XINA**

Viatge de premsa de turisme i esport de la Xina (23-27 setembre)

L'objectiu d'aquest viatge és el turisme de compres, gastronòmic, cultural i esportiu.

► **IRLANDA**

Viatge de premsa revista *Galway Now* d'Irlanda (14-17 juny)

Viatge de premsa organitzat per a la periodista Lauragh Queen per a fer un reportatge sobre Dénia i els voltants. Amb la participació de l'OET de Dublín.

Viatge de familiarització d'operadors turístics de golf d'Irlanda i viatge de premsa dels EUA i Irlanda (12-15 novembre)

Viatge dedicat al golf a la Costa Blanca en el qual van prendre part dos periodistes estatunidencs i quatre operadors i un periodista irlandesos. Aquesta acció va comptar amb la coordinació de l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca i la Comunitat Valenciana, així com amb la participació del Patronat Provincial de Turisme de la Costa Blanca i les OET de Chicago i Dublín.



► **MÈXIC**

Viatge de premsa de la revista *Golf & Spa* de Mèxic (22-26 octubre)

Viatge organitzat a petició de l'OET de Mèxic per a la revista *Golf & Spa* en què va participar la periodista Jessica Rodríguez. Les visites es van centrar en l'oferta de golf, luxe i compres de València i Dénia i va comptar amb la participació de Turisme València i Dénia Turisme.

► **ALEMANYA**

Viatge de familiarització d'operadors turístics de golf d'Alemanya (26-29 novembre)

Viatge dedicat al producte golf a la Costa Blanca en el qual van prendre part deu operadors turístics alemanys. Aquesta acció va comptar amb la coordinació de l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca i la Comunitat Valenciana, així com amb la participació del Patronat Provincial de Turisme de la Costa Blanca i l'OET de Munic.

7.4. ACCIONS FORA DE LÍNIA

► **FRANÇA**

Inserció publicitària a la revista *Locatour* (gener)

► **LA XINA**

Catàleg *Experiencias China* (abril)

Creació d'un fullet d'experiències enfocat al mercat xinès i, en general, a l'asiàtic.

► **ALEMANYA**

Revista *Colores de España* (març)

Inserció que es va fer en la revista *Colores de España* i va ser llançada en la ITB de Berlín. Les temàtiques que es van publicar van ser turisme familiar i LGTBI.

► **IRLANDA**

Col·laboració amb la revista irlandesa *Destination Golf Spain*

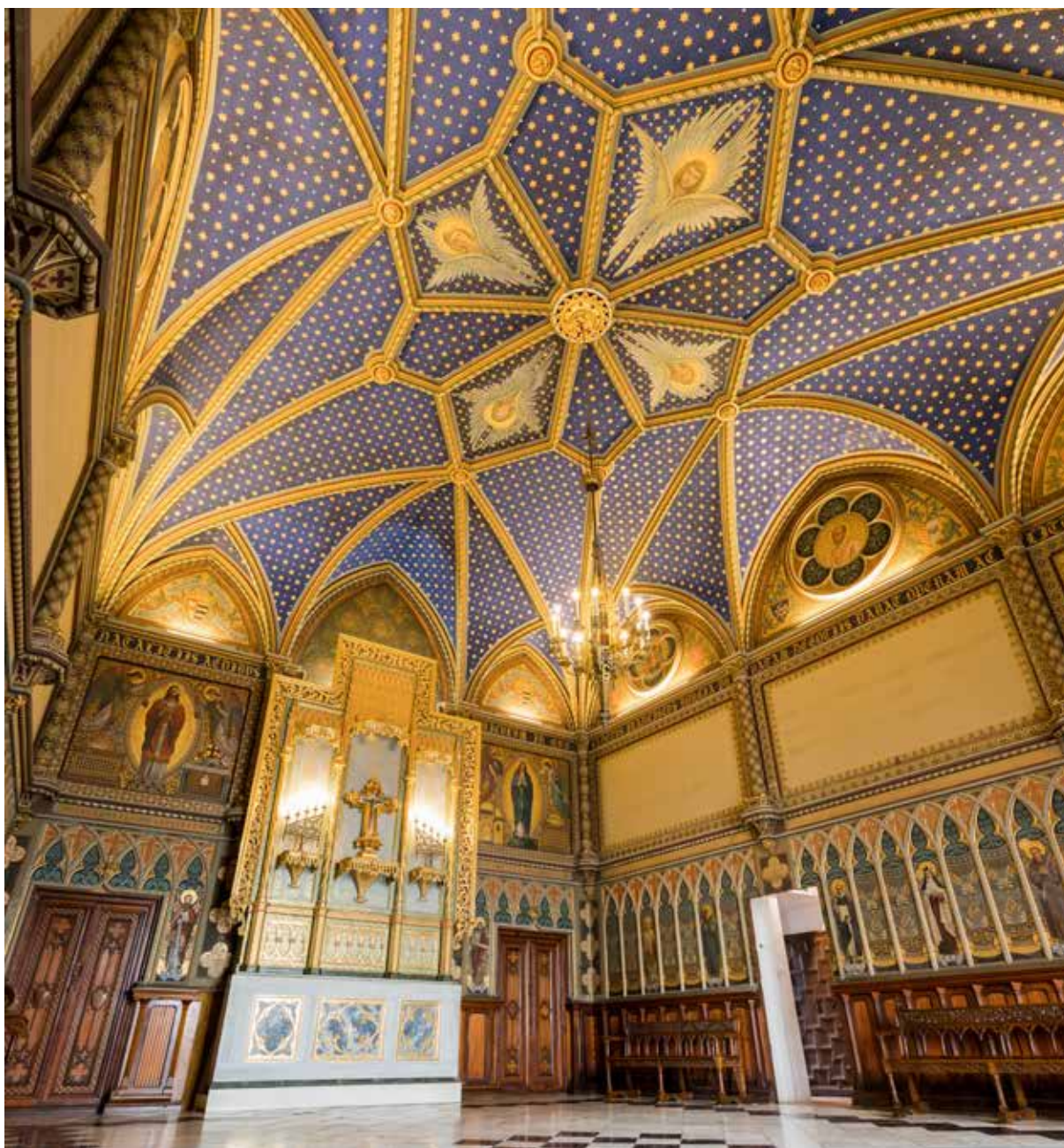
Revista irlandesa que serveix de referència a l'OET de Dublín per a ser utilitzada com a guia de golf d'Espanya. Hi inclou els camps d'Andalusia, Múrcia, Catalunya, les Balears, les Canàries i la Comunitat Valenciana.

7.5. ACCIONS DIRIGIDES AL PÚBLIC FINAL

► ESPANYA

Acció Copa Davis a València (6-8 abril)

Amb motiu de la Copa Davis que es va celebrar entre Espanya i Alemanya a la plaça de bous de València es va instal·lar una carpa informativa en els exteriors d'aquesta amb material promocional de la Comunitat Valenciana.



Concert Mano a Mano a Buñol (18 agost)

Muntatge d'una carpa en la qual es va distribuir informació turística. La carpa es va situar al costat de l'auditori municipal Sant Lluís, on es va celebrar el prestigiós concert Mano a Mano on es troben les dues bandes ja conegudes de la localitat.

Espai "Territori Borja" a Gandia (29 setembre-1 octubre)

Assistència amb un espai expositiu promocional a l'esdeveniment "Territori Borja", dins del programa "Fira i Festes de Gandia", organitzat per l'Ajuntament de Gandia. Va tindre lloc a la plaça Escola Pia de Gandia.

► ITÀLIA**Dia Mundial de la Tapa a Milà (21 juny)**

Acció a Milà per a donar a conèixer i reivindicar els elements diferencials de la gastronomia de la Comunitat Valenciana.

► NORUEGA**Degustació de paella a Oslo (25 agost)**

Degustació de paella al centre d'Oslo. L'OET va instal·lar un punt d'informació on es va distribuir material de la CV i es van col·locar diferents lones amb el nostre logotip.



8. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE PRODUCTE I TERRITORI

8.1. PROGRAMA “CREATURISME”

Turisme Comunitat Valenciana ha continuat en 2018, a través del Servei de Producte i Territori, l'estratègia “CreaTurisme” per a l'impuls i el desenvolupament de nous productes turístics experiencials, desestacionalitzadors i sostenibles en tres vessants (econòmica, social i mediambiental) que complementen els considerats bàsics del portafolis de la Comunitat Valenciana.

Aquesta nova proposta de posicionament es desenvolupa sota la triple perspectiva de la vertebració territorial, l'organització operativa i l'orientació al mercat, alhora que es manté el posicionament turístic de la Comunitat Valenciana basat en el concepte de “Mediterrani en viu”.

L'impuls d'aquests productes requereix reforçar la coordinació, la mobilització, la sensibilització, la formació, el màrqueting i l'organització de les empreses del sector turístic, els agents territorials i la resta d'operadors a tots els nivells amb la finalitat que siguen capaços de crear i posar en el mercat productes experiencials consumibles coherents amb el posicionament de la destinació i que afavorisquen un desenvolupament sostenible de la Comunitat Valenciana.

Per a això, en 2018 es va licitar la contractació de tres empreses que donaren suport al Servei de Promoció i Producte i que exerciren les labors de secretaries tècniques per als grups de productes següents:

- ▶ Secretaria Tècnica de Mediterrani Actiu i Esportiu
- ▶ Secretaria Tècnica de Mediterrani Cultural
- ▶ Secretaria Tècnica de Mediterrani Rural i Natural

Des que es van contractar, les secretaries tècniques han desenvolupat les accions següents:

- ▶ **Anàlisi:** diagnòstic de cada un dels productes, estudis de *benchmarking*, anàlisi de destinacions competidores i detecció de bones pràctiques.
- ▶ **Enquestes a empreses** del sector amb l'objectiu de definir amb precisió les necessitats dels diferents subsectors per a cada producte i, per tant, els requisits que han de complir els programes d'acció que s'executen per a l'impuls del sector.
- ▶ **Reunions informatives** amb el sector: S'ha contactat amb més de 800 empreses, que han sigut convidades a participar en el procés de definició dels programes de producte. S'han organitzat reunions de sensibilització i diagnòstic de cada línia de producte en les tres províncies.

30/10/2018. Presentació del projecte "CreaTurisme" a València.

06/11/2018. Presentació del projecte "CreaTurisme" a Alacant.

09/11/2018. Presentació del projecte "CreaTurisme" a Castelló.

- ▶ **Continguts per al web** <<https://creaturisme.comunitatvalenciana.com>>. En aquest web s'ofereix informació sobre les secretaries tècniques i estan disponibles els requisits de cada un dels productes.
- ▶ **Grups de treball** organitzats amb el sector per a cada producte turístic. Amb la finalitat d'identificar les empreses que reuneixen uns requisits mínims de qualitat i competitivitat, s'han creat grups de treball per a establir aquests requisits mínims. En aquests grups de treball participen activament més de 190 empreses.

A. En "Mediterrani rural i natural" s'han format cinc grups de treball (enoturisme, pescaturisme, ecoturisme i parcs naturals, agroturisme i oleoturisme, observació d'aus) i s'han fet reunions a:

04/12/2018. Enoturisme a València.

11/12/2018. Agroturisme, oleoturisme, i pescaturisme a València.

12/12/2018. Pescaturisme a València.

12/12/2018. Ecoturisme i parcs naturals a València.

12/12/2018. Observació d'aus a València.

B. En "Mediterrani actiu i esportiu" altres cinc grups (turisme actiu en espais d'interior, cicloturisme, turisme nàutic i activitats aquàtiques en el mar, busseig i turisme esportiu). Les reunions de nàutic, aquàtiques, busseig i esportiu van tindre lloc els primers dies de gener de 2019.

18/12/2018. Espais d'interior a Cofrentes.

19/12/2018. Cicloturisme a Torres.

C. En "Mediterrani cultural", quatre grups de treball (Territori Borja, ruta del Grial, tres de Ruta de la Seda i Camins de dinosaures) reunits a:

15/11/2018. Ruta Territori Borja a Gandia.

20/11/2018. Ruta del Grial a Segorbe.

26/11/2018. Camins de dinosaures a Elx.

12/12/2018. Ruta de la Seda en el CdT de València.

8.2. “EXPERIENCIAS CV”

En les reunions esmentades es va tornar a convidar les empreses del sector a participar en el projecte “ExperienciasCV” iniciat en 2017, i que constitueix una plataforma oberta d'experiències turístiques on promocionar i posar en el mercat les propostes creades per les mateixes empreses. Aquesta plataforma té l'objectiu de donar visibilitat a l'ecosistema de productes (oferta experiencial) complementaris als productes bàsics del portafolis de la Comunitat Valenciana.

En 2018, per segon any consecutiu i com a màxim exponent de l'estratègia de producte, s'ha millorat l'eina i ara permet l'edició contínua i directa per part de les empreses turístiques però Turisme Comunitat Valenciana en manté el control i la revisió. Aquestes millores han facilitat l'actualització i l'ampliació de les propostes publicades i s'han superat les 450 experiències.

A les darreries de l'any s'ha impulsat l'actualització de la informació de la plataforma “ExperienciasCV” per a assegurar la validesa de les propostes durant l'any 2019. Aquesta plataforma inclou tots els serveis que han sigut carregats per les empreses de la Comunitat Valenciana amb informació actualitzada per al període 2019 en tres llengües (castellà, valencià i anglés). Igual com en períodes anteriors, la informació de la plataforma es publica en suports en línia i fora de línia.

■ 8.2.1. Material fora de línia

Edició i publicació de fullets, el desembre de 2018, 3.000 exemplars de cada un dels quatre catàlegs temàtics amb una selecció àmplia d'experiències en castellà i anglés (amb l'objectiu de difondre'ls en els certàmens nacionals i internacionals en els quals participa Turisme Comunitat Valenciana) amb els títols següents:

- ▶ Mediterrani actiu: 123 experiències
- ▶ Mediterrani cultural: 62 experiències
- ▶ Mediterrani rural i natural: 67 experiències
- ▶ Mediterrani gastronòmic: 41 experiències

■ 8.2.2. Material en línia

Els suports en línia de la plataforma "ExperienciasCV" inclouen la totalitat de les experiències publicades per les empreses, que superen les 450 a 31 de desembre de 2018, 100 més que l'any anterior. En els suports en línia, la informació s'ofereix en tres llengües (castellà, valencià i anglès) i en permet una actualització contínua, cosa que fa possible incloure-hi noves empreses i experiències, com també actualitzar les dades de les quals ja hi estan incloses. Els suports en línia són els següents:

- ▶ Web www.experienciascv.es
- ▶ Aplicació mòbil per als dispositius Android i iOS

A més d'aquests materials en línia, des del Servei de Producte i Territori s'ha mantingut la col·laboració amb el Servei de Màrqueting en Línia i Publicitat per a desenvolupar webs temàtics de producte denominats:

■ 8.2.3. Microllocs web de producte

S'han continuat desenvolupant continguts per a difondre'ls a través de microllocs per a cada un dels grups de producte. Totes aquestes s'integren en una plataforma desenvolupada a partir del CMS Drupal 8, per la qual cosa disposen d'un sistema de gestió i estètica similar, i concentren els continguts disponibles sobre cada producte en un únic espai sota una URL pròpia, la qual cosa en millora i en facilita el posicionament.

Aquests microllocs inclouen informació dels recursos turístics vinculats a cada producte i també difonen les publicacions en format digital, així com el material gràfic i l'audiovisual. També estan vinculades amb el web d'<experienciascv.com>, ja que inclouen les ofertes experiencials corresponents amb la temàtica del microlloc. Finalment, hi inclouen un blog on s'obri la participació al sector turístic.

Fins al moment s'han publicat dos microllocs complets (cicloturisme i Ruta de la Seda), altres dos de parcials (busseig i observació d'aus) i s'han creat i adaptat continguts per a la ruta del Grial o Territori Borja, que estan en fase de muntatge. Així mateix, i fruit d'una col·laboració amb Catalunya, s'ha publicat un web dedicat a l'oleoturisme en la Mancomunitat Taula del Sénia en l'URL <<https://www.oliveresmillenaries.com>>.

8.3. ACCIONS DESENVOLUPADES PER PRODUCTES

També cal assenyalar que en 2018 ha sigut la tercera vegada que el producte turístic ha tingut presència a Fitur, on ha disposat d'un espai amb mostradors tematitzats per a cada un dels quatre grups de producte, així com taules de reunió, les quals van ser ateses per coexpositors (empreses del sector). Durant els dies professionals es van convocar més de 280 reunions en l'espai de producte.

■ 8.3.1. Mediterrani actiu i esportiu

A. Fires especialitzades:

► NÀUTIC I AQUÀTIC

- **Boot:** visita d'inspecció amb agenda de reunions, del 26 al 27 de gener a Düsseldorf (Alemanya), a la fira de turisme nàutic i activitats aquàtiques més gran d'Europa, que va celebrar-ne 49a edició amb l'objectiu de valorar la conveniència d'incorporar aquest certamen al Pla de màrqueting 2019.
- **Medsea:** del 16 al 18 de març de 2018 a IFA Alacant. Segona edició d'aquesta fira de turisme nàutic i activitats aquàtiques, dirigida a públic final i en la qual es va participar amb un estand de Turisme Comunitat Valenciana, en el qual van estar representades associacions del sector com a CV Activa, l'Associació de Centres de Busseig de la Comunitat Valenciana, l'Agrupació de Ports Esportius i Turístics de la Comunitat Valenciana i altres agrupacions empresarials.
- **Medsea: Saló nàutic de Dénia:** el 27 d'abril de 2018 a Marina de Dénia. Assistència d'inspecció a aquest certamen per a establir contacte amb organitzadors i gestors de la destinació i valorar la conveniència d'incorporar aquest certamen al Pla de màrqueting 2019.

► BUSSEIG

- **Madrid Azul** (abans, Dive Travel Show): del 16 al 18 de febrer de 2018 a Madrid. Principal fira de busseig a Espanya dirigida a públic. Es va participar amb estand propi que tenia com a expositores les principals destinacions de busseig de la Comunitat (Xàbia i Benidorm), amb l'Associació de Centres de Busseig de la Comunitat Valenciana i amb agrupacions empresarials del sector.
- **Saló de la Immersió:** el 23 de febrer de 2018 a Cornellà (Barcelona). Visita d'inspecció amb agenda de reunions a aquesta fira de busseig per a valorar la conveniència d'incorporar aquest certamen al Pla de màrqueting 2019. En el marc d'aquesta fira, Turisme Comunitat Valenciana va participar en el programa de ràdio de l'emissora Al otro lado del espejo per a promocionar les destinacions de la Comunitat Valenciana.

- **Dive:** el 27 i 28 d'octubre de 2018 a Birmingham (el Regne Unit). Aquesta fira és la més rellevant en turisme de busseig al Regne Unit i una de les més importants d'Europa. Arran de l'èxit de la primera participació de Turisme Comunitat Valenciana amb un estand propi en 2017, en 2018 s'hi torna a assistir amb un estand i agenda de reunions, i es té com a expositors a Benidorm i a l'Associació de Centres de Busseig de la Comunitat Valenciana. Turespaña adquireix el compromís d'incorporar aquest certamen al seu pla de fires de 2019.

► ESPORTIU

- **Estands en tres premis de MotoGP:** a Assen (Holanda), Sachsenring (Alemanya) i Silverstone (el Regne Unit) de juny a agost. Acord de col·laboració amb els organitzadors de la competició, pel qual s'oferia gratuïtament l'espai per a una carpa informativa. Turisme va disposar d'un estand en la zona de la fira des d'on es va distribuir material promocional. En el Gran Premi de Silverstone es va comptar amb la col·laboració de Visit Benidorm, que va estar a càrrec de l'atenció de l'estand.

► CICLOTURISME

- **Fiets en Wandelbeurs:** del 10 al 11 de febrer de 2018 a Gant (Bèlgica). Participació en l'estand de Turespaña. Fira de referència del cicloturisme i el turisme a l'aire lliure a Bèlgica, Holanda i Luxemburg.
- **Argus Bike Festival:** del 14 al 15 d'abril de 2018 a Viena. Participació en l'estand de Turespaña. Fira més important del país en ciclisme i una de les més importants d'Europa.
- **II Bicifest:** del 19 al 20 de maig a València. Participació amb una carpa des d'on es va difondre informació turística de la Comunitat Valenciana. Integrada dins del projecte "València ciutat amable" es van organitzar activitats obertes al públic per a acostar-hi el món de la bicicleta. L'acció va tindre lloc en l'antic llit del riu Túria en el tram IX, entre els ponts de l'exposició i de les flors.
- **València Bike's:** del 16 al 18 de novembre a València. Fira referent de cicloturisme a la Comunitat Valenciana. S'hi va participar amb un estand propi de 40 m² des d'on es va oferir informació sobre tota l'oferta cicloturística de la Comunitat Valenciana. Tenen presència com a expositors en l'estand: Castelló Mediterrani i l'associació d'empreses de turisme actiu CV Activa.

► ACTIU

- **Expotural:** de l'1 al 4 novembre a Madrid. Participació amb un estand propi en aquesta primera edició que es constitueix en la primera fira especialitzada, la Feria de la Naturaleza, el Clima y el Turismo Sostenible.
- **Photo+Adventure:** del 24 al 28 de novembre a Viena (Àustria). Participació per primera vegada en aquest certamen en l'estand de Turespaña. Fira orientada a destinacions d'aventura i el món de la fotografia de naturalesa.



► EQÜESTRE

- **Feria Internacional de Turismo Ecuestre:** 28 d'octubre a Còrdova. Assistència com a inspecció, amb una agenda de reunions amb organitzadors de l'esdeveniment i gestors de la destinació i la visita d'instal·lacions eqüestres per a detectar bones pràctiques.

B. Accions amb prescriptors especialitzats:

► BUSSEIG

- **Viatge de premsa per a la revista britànica DIVER:** agost-setembre 2018 en diferents destinacions de les províncies d'Alacant i Castelló. Es repeteix la col·laboració de Turisme amb aquesta revista, la més rellevant en turisme de busseig al Regne Unit, i que va aportar la coordinació del viatge. A l'octubre, la revista va publicar l'article de cinc pàgines "Road Trip in Spain" en què va esmentar destinacions i empreses col·laboradores. Aquest número es va distribuir gratuïtament als assistents de la fira Dive Birmingham, on Turisme Comunitat Valenciana va disposar d'estand propi.
- **Viatge de premsa per a la revista alemanya TAUCHEN** inclòs en el pla operatiu de Turespaña: del 3 al 12 d'octubre. Elaboració del programa del viatge i coordinació del viatge en aquesta primera col·laboració amb aquesta revista, que és la més rellevant en viatges de busseig d'Alemanya. Es van visitar destinacions de busseig de les tres províncies de la Comunitat (Alacant, la Vila Joiosa, Altea, Calp, Xàbia, Castelló) i s'hi van incloure visites a les tres reserves marines de la Comunitat, per a la qual cosa es va comptar amb la col·laboració de les destinacions i els centres de busseig. Els articles resultants es publicaran en 2019.

- **Viatge de premsa per a revistes franceses, alemanyes i britàniques:** per a les revistes franceses *Plongez!* (la més rellevant a França) i *Subaqua* (revista de la federació de clubs de busseig), l'alemanya *Unterwasser* (segona en importància, després de *TAUCHEN*) i la britànica *Scuba Diving* (segona en importància després de *DIVER*): acció inclosa en el pla operatiu de Turespaña i que va tindre lloc del 14 al 20 de setembre. Elaboració del programa del viatge i coordinació del viatge, per a la qual cosa es va comptar amb la col·laboració de Visit Benidorm. Es van recórrer les principals destinacions de busseig de la província d'Alacant. Primera col·laboració amb aquests mitjans. Els articles resultants es publicaran al llarg de 2019.

► ESPORTIU

- **Viatge de familiarització per a operadors francesos i russos:** acció inclosa en el pla operatiu de Turespaña i que va tindre lloc del 25 al 28 d'octubre. Col·laboració puntual amb Visit València i amb Turisme de Castelló, que van elaborar el programa i van executar el viatge. Es van visitar instal·lacions esportives especialitzades en futbol, bàsquet i nàutica, així com allotjament especialitzat a oferir estades d'entrenament esportiu.

► CICLOTURISME

- **Viatge de premsa amb operadors turístics alemanys especialitzats en cicloturisme, senderisme i BTT:** Coordinació de l'acció duta a terme per Castelló Mediterrani i Turisme València (sense cost per a Turisme Comunitat Valenciana).

C. Altres accions promocionals:

► NÀUTIC, AQUÀTIC I BUSSEIG

- **Tallers de competitivitat de turisme actiu en el mar:** quatre jornades formatives dirigides a les empreses turístiques del sector organitzades per cambres de comerç de València, Torrevieja i Castelló. Selecció de continguts i ponents.
- **Reunions amb departaments de la Generalitat:** Subdirecció General de Ports.
- **Reunions amb el sector:** Associació de Centres de Busseig de la Comunitat Valenciana, Agrupació de Ports Esportius i Turístics de la Comunitat Valenciana, Federació Valenciana de Vela i Federació Valenciana d'Activitats Subaquàtiques.

► CICLOTURISME

- **I Jornada Publicoprivada de Cicloturisme:** del 22 al 23 març a Sitges. Participació.
- **II Jornada Publicoprivada de Cicloturisme:** el 29 de novembre a Alcoi. Organització juntament amb l'Ajuntament d'Alcoi i Bikefriendly. Participació amb la presentació de l'activitat de "CreaTurisme" en aquest segment, vídeo de cicloturisme i gravació d'una entrevista en ràdio.
- **Reunions de coordinació** amb la Conselleria d'Habitatge, Obres Públiques i Vertebració del Territori sobre Eurovelo: 8 reunions.

► EQÜESTRE

- **Jornadas Municipales de Turismo Ecuestre en la Comunitat Valenciana:** el 13 de setembre a Yátova. Participació com a ponent amb una intervenció sobre la promoció del turisme eqüestre a la Comunitat Valenciana.
- **Reunions de coordinació** amb: associacions sectorials (PRECVAL), destinacions (Ademuz) i empreses del sector.

D. Materials per a la promoció turística:

► BUSSEIG

- **Preparació i generació de continguts** per al microlloc de busseig.
- **Full de mà de centres de busseig:** Edició i impressió del full de mà amb una llista dels centres de busseig de la Comunitat Valenciana, per a distribuir-lo en fires especialitzades.
- **Creació d'un vídeo experiencial sobre busseig** amb la utilització de drons i la tecnologia de filmació a intervals.

► ACTIU

- **Prospecte de turisme actiu i naturalesa:** Reimpressió en castellà, anglés i alemany.
- **Vídeos:** Creació de 9 vídeos 360 amb imatges de vies ferrades, espeleocaiac, senderisme, ràfting, barranquisme, multiaventura, caiac de mar, surf de rem, costejament.
- **Creació d'un vídeo experiencial sobre activitats nàutiques** amb la utilització de drons i l'ús de la tecnologia de filmació a intervals.

► CICLOTURISME

- **Fullet de vies verdes a la Comunitat Valenciana.** Impressió en castellà, francès, anglés i alemany.
- **Guia de cicloturisme:** Reimpressió en alemany i francès.
- **Microlloc de cicloturisme <cicloturismo.comunitatvalenciana.com>:** Generació de continguts i publicació del lloc, que actualment rep més de cent visites mensuals.
- **Creació d'un vídeo experiencial sobre cicloturisme** amb la utilització de drons i l'ús de la tecnologia de filmació a intervals.

► EQÜESTRE

- **Traducció del desplegable Turisme eqüestre a la Comunitat Valenciana** a l'anglès i el valencià.

■ 8.3.2. “Mediterrani natural i rural”

Aquesta línia de producte inclou els productes relacionats amb el turisme de naturalesa i també amb productes de vocació clara de desenvolupament en l'àmbit rural, que preveu els productes següents: turisme ornitològic, ecoturisme, turisme en parcs naturals, agroturisme, oleoturisme, enoturisme i pescaturisme. Així mateix, s'engloben en aquest apartat les actuacions que tenen a veure amb el turisme rural i altres projectes relacionats amb recursos situats en l'entorn rural de la Comunitat Valenciana, com és l'art rupestre de l'Arc Mediterrani a la Comunitat Valenciana.

A. Fires especialitzades

► TURISME ORNITOLÒGIC

- **FIO**: assistència a la fira del 23 al 25 de febrer de 2018 amb l'oferta d'observació d'aus de les empreses de la Comunitat Valenciana, així com la participació en la borsa de contractació que s'organitza durant la fira entre els operadors turístics del producte i els expositors.
- **MadBird** (juny): en 2018 s'ha assistit a aquesta fira que se celebra en el centre de Madrid. Es tracta d'una fira de públic.
- **British Birdfair** (agost): la Comunitat Valenciana assisteix a aquest certamen (el més important dels que se celebren dedicats a l'ornitologia) a l'empara de Turespaña i junt amb altres comunitats autònomes, ja que no disposem d'estand propi.
- **Delta Birding Festival** (setembre): s'assisteix a aquest festival que es fa al setembre en les instal·lacions de Món Natura, al parc natural del delta de l'Ebre. Un certamen molt especialitzat i dirigit als aficionats a l'observació d'aus.

► RURAL/ECOTURISME:

- **Expotur**, fira dedicada al turisme de naturalesa. Madrid, de l'1 al 4 de novembre.

B. Accions amb prescriptors especialitzats

► TURISME ORNITOLÒGIC

- Viatge de familiarització amb operadors procedents d'Oslo i Copenhaguen del 25 al 28. El viatge de familiarització es va centrar a mostrar els principals llocs per a l'observació d'aus de la província d'Alacant.

▶ ECOTURISME

- **Viatge de familiarització dirigit a periodistes i operadors francesos i belgues de senderisme interpretatiu** sobre el territori de Castelló: art rupestre, oliveres mil·lenàries, serra d'Irta, castells templers i Peníscola. Del 25 al 28 d'octubre. En col·laboració amb Aneta, Turespaña i el Patronat de Turisme de Castelló.
- **Viatge de familiarització "Turisme responsable"** dirigit a operadors holandesos per la província de Castelló, de l'1 al 4 d'octubre; senderisme interpretatiu al Parc Natural de la Tinença de Benifassà, agroturisme, oliveres mil·lenàries i multiactivitat a l'embassament de l'Alcora. En col·laboració amb Aneta (Associació Nacional de Turisme Actiu), Turespaña i el Patronat de Turisme de Castelló.



► SENDERISME

- **Blog trip dirigit al mercat alemany sobre senderisme:** el *blog trip* es va centrar a recórrer trams de sendes de recorregut curt que ofereixen l'oportunitat de visitar diferents enclavaments de molt de valor patrimonial natural i ambiental com és la ruta dels molins d'Alborache, el barranc del Moreno i les coves de La Araña, l'aqüeducte romà de Peña Cortada, el Parc Natural de la Pobla de Sant Miquel, el riu Bohígues, i també l'observació d'aus i l'observació astronòmica a l'Alt Túria. Es va dur a terme entre el 30 de setembre i el 4 d'octubre.

► RURAL

- **Viatge de premsa per a l'Associació Valenciana de Periodistes i Escriptors de Turisme de la Comunitat Valenciana:** es van organitzar dos viatges a diferents destinacions de la província de Castelló i València que van generar articles en diversos mitjans de comunicació en línia i fora de línia de caràcter regional.

C. Altres accions promocionals

► TURISME ORNITOLÒGIC

- Organització de **cursos de formació dirigits al personal del sector turístic** perquè coneguen el producte de turisme ornitològic. En aquest cas, es va organitzar una activitat formativa al CdT de València i una altra a Quesa, organitzada pel CdT d'interior.
- **Birding Festival Aiguamolls del Sud d'Alacant.** Torrevieja. Del 26 al 29 d'octubre.
Aquest esdeveniment va ser promogut per Turisme Comunitat Valenciana i organitzat per Turisme Comunitat Valenciana, amb la col·laboració de l'Ajuntament de Torrevieja i el Servei de Gestió d'Espais Naturals Protegits (Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana) de la Generalitat Valenciana.
El festival Aiguamolls del Sud va tindre diverses accions distribuïdes durant els tres dies que va durar l'esdeveniment: el primer, divendres 26 d'octubre, dedicat a la celebració de la II Jornada de Turisme Ornitològic de la Comunitat Valenciana, jornada celebrada al CdT de Torrevieja, dirigida al sector del turisme ornitològic valencià, empreses, entitats locals, associacions conservacionistes i oficines de turisme. En les diferents taules de debat va comptar amb la participació de representants del sector del turisme ornitològic i també de l'Administració turística local i autonòmica. També amb la presència de representants d'altres comunitats autònomes.
L'esdeveniment, dirigit al públic general, es va celebrar a l'esplanada del centre d'interpretació del Parc Natural de la Mata-Torrevieja amb el muntatge de díhuit carpes per a expositors, una carpa gran per a conferències i una zona de tallers. Un total de 42 entitats van participar com a expositors en el Birding Festival d'Aiguamolls del Sud d'Alacant.
- Assistència al **I Congrés Nacional de Turisme Ornitològic** que es va celebrar a Madrid en el si de la fira Expotural, dedicada al turisme de naturalesa.

► **AGROTURISME**

- Participació en cursos de formació d'agroturisme organitzats per la Conselleria d'Agricultura a Orpesa, Quesa, Bocairent i Chelva.

► **ECOTURISME**

- Presentació sobre l'ecoturisme a la Comunitat Valenciana per al III Congreso Nacional de Ecoturismo en Espanya que es va celebrar a Astúries al novembre.
- Redacció de continguts per a un article sobre experiències en ecoturisme per a la revista *Oxígeno*.

► **CAMINS DE DINOSAURES: TURISME PALEONTOLÒGIC**

- Projecte del projecte "Camins de dinosaures" a la CAC amb motiu de l'exposició "Els nostres dinosaures". Es van col·locar un panell informatiu, fulls de mà en tres llengües (castellà, valencià i anglès) i també el vídeo *Camins de dinosaures*, des d'abril fins al final de l'exposició (gener 2019).

► **OLEOTURISME: OLIVERES MIL·LENÀRIES**

- Fruit del conveni de col·laboració amb la Generalitat de Catalunya, durant 2018 s'han dut a terme els compromisos adquirits per Turisme Comunitat Valenciana per desenvolupar el producte d'oliveres mil·lenàries al territori del Sénia. Per dur-ho a terme, s'ha posat en marxa un microlloc que inclou tots els recursos associats a aquest producte, com també les experiències que es van elaborar a propòsit durant l'inici del projecte. Durant l'exercici 2018 s'han mantingut diverses reunions amb els gestors de la Mancomunitat Taula del Sénia, així com amb representants de la Diputació de Tarragona i l'Agència Catalana de Turisme.
- Elaboració d'un vídeo experiencial sobre oliveres mil·lenàries.

► **ART RUPESTRE**

- Participació com a ponent en el congrés "Art Rupestre de l'Arc Mediterrani de la Península Ibèrica" en Alcoi.
- Participació en una jornada sobre el desenvolupament de productes turístics en entorns forestals de la Comunitat Valenciana: art rupestre a Bicorp.
- Coordinació amb la Universitat de València per a desenvolupar el producte turístic lligat a l'art rupestre valencià fruit del conveni de col·laboració amb Turisme Comunitat Valenciana.

► **RURAL**

- **Exposició itinerant "Paisatges valencians"**: organització d'una exposició de fotografies de paisatges de la Comunitat Valenciana a tres seus: l'ermita de la Sagrada Família a la Vall d'Uixó, el MUMA d'Alzira i el MUPA d'Aldaia. Aquestes fotografies formen part de la col·lecció d'imatges fotogràfiques de paisatges valencians produït en el marc del conveni de col·laboració entre Turisme Comunitat Valenciana i la Universitat de València per al foment de la investigació i la innovació en el sector turístic valencià subscrit per les dues parts el 16 d'abril de 2016.

- Fruit de l'anàlisi i el desenvolupament de l'estratègia d'adaptació de l'oferta d'allotjament en l'entorn rural de la Comunitat Valenciana a les noves tendències i demandes del mercat turístic duta a terme en 2017, en 2018 s'ha publicat i s'ha presentat el *Manual de l'empresari de turisme rural* en ubicacions diferents: Albocàsser, Yátova i Alcoi. Aquestes presentacions s'inclouen en les jornades de competitivitat turística organitzades entre Turisme i la Cambra de Comerç sobre allotjament en el medi rural.
- Participació en el programa de ràdio d'À Punt Mèdia *Samaruc digital* dedicat al turisme d'interior de la Comunitat Valenciana.

D. Materials per a la promoció turística

► SENDERISME

- Elaboració de continguts i un mapa de sendes de la Comunitat Valenciana per a editar-ne després un mapa desplegable. El mapa contindrà informació detallada sobre les sendes de recorregut llarg que travessen el territori.

► TURISME ORNITOLÒGIC

- Compra d'il·lustracions d'aus per a marxandatge relacionat amb el turisme ornitològic. S'ha comprat un total de trenta il·lustracions que es corresponen amb les aus més característiques que es poden observar a la Comunitat Valenciana.
- Compra de material gràfic per a fires i altre tipus de material promocional: imatges d'aus característiques de l'avifauna de la Comunitat Valenciana.
- Elaboració d'una miniguia d'aus de la Comunitat Valenciana per a la editar-la posteriorment com a material divulgatiu de suport en accions promocionals. La miniguia inclou la descripció de cent aus característiques de la Comunitat Valenciana.
- Elaboració d'un full de mà amb les empreses de turisme ornitològic de la Comunitat Valenciana per a portar-lo a fires.
- Redacció de continguts per a articles a mitjans comunicació especialitzats sobre turisme ornitològic.
- Vídeo experiencial i promocional de turisme ornitològic a la Comunitat Valenciana amb ús de drons i tecnologia de filmació a intervals.
- Elaboració d'un microlloc dedicat a l'observació d'aus.

► CAMINS DE DINOSAURES

- Reedició dels fulls de mà per a distribuir-los en exposició de la CAC "Els nostres dinosaures".

► AGROTURISME

- Creació de vídeo experiencial sobre agroturisme amb ús de drons i tecnologia de filmació a intervals.

■ 8.3.3. “Mediterrani cultural: itineraris, rutes i xarxes culturals”

A. Fires especialitzades

► RUTA DELS BORJA

- **Primera fira turística dels Borja: al setembre a Gandia.** Organitzada juntament amb l'ajuntament de la localitat, tots els municipis que conformen aquest territori van exposar el seu material turístic per a donar a conèixer tots els seus recursos.

B. Accions amb prescriptors

► RUTA DE LA SEDA

- **Viatge de premsa organitzat per al programa de televisió Agrosfera de La 2** per a gravar un capítol dedicat a la Ruta de la Seda valenciana. Se'ls va facilitar informació sobre la Ruta de la Seda, contactes i propostes de llocs per a filmar. El programa, anomenat *L'Horta Nord y L'Horta Sud, València. Por la Ruta de la Seda*, es va emetre el dia 2 de juny. Aquest programa va ser resultat d'una gestió directa a Fitur i no va suposar cap cost.
- **Vista guiada de la Ruta de la Seda** a les 27 persones de les 7 delegacions que hi havien al Silk Corner de la fira Gastrònoma, que procedien de ciutats creatives de gastronomia de la UNESCO. Les delegacions procedien de la Xina (2), Suècia, el Japó, Turquia, Corea del Sud i la Comunitat Valenciana (Dénia). Dia 12 de novembre.
- **Viatge de familiarització de la periodista estatunidenca autònoma Margarita Gokun Silver.** Es faciliten contactes i fotografies.

► IDIOMÀTIC

- **Viatge de familiarització amb l'operador EF Educational Trips.** Reunió i organització de l'agenda per al vicepresident de l'empresa a escala mundial, durant el mes de juny, amb l'objectiu que conega la ciutat de València i l'oferta experiencial atés el seu gran interès a organitzar estades a València, especialment amb estudiants nord-americans.
- **Viatge de familiarització d'agents idiomàtics, del 3 al 6 d'octubre,** en col·laboració amb FEDELE, integrat per huit agents que ofereixen estades lingüístiques per a aprendre espanyol procedents d'Holanda, Corea del sud, Itàlia, Ucraïna, Tailàndia i Alemanya. Es van visitar els municipis d'Alacant, Elx, Dénia, Picassent, València i Castelló.

- **Viatge de familiarització del 28 de novembre a l'1 de desembre** amb la participació de dotze professors d'escoles d'espanyol que organitzen cursos d'espanyol a Espanya, procedents del Brasil, la Xina, els EUA, Holanda, l'Índia, Itàlia, Noruega i Rússia. Col·laboració de Turisme València. Es van visitar els municipis d'Alacant, Elx, Dénia, Picassent, València i Castelló. Es va dur a terme en col·laboració amb Turisme València.

El mes de juny, guiada per l'escola d'espanyol per a estrangers Hispania, associada a FEDELE CV, una delegació xinesa de la província de Gansu va visitar la ciutat de València. La delegació estava integrada per cinc rectors i vicerectors d'universitats, acompanyats per la secretària del Govern de Gansu.

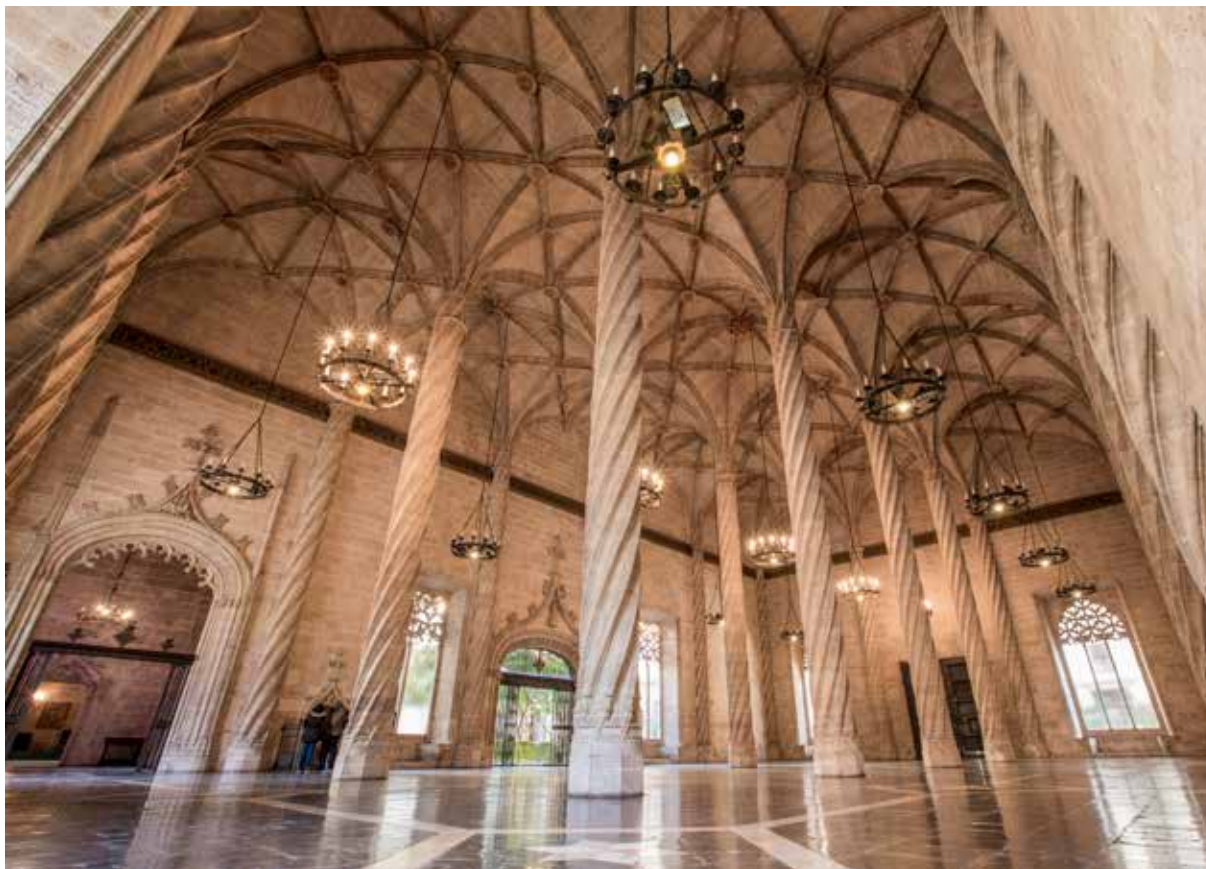
La delegació volia conèixer la destinació per a començar a enviar estudiants per a aprendre espanyol.

En el moment de redacció d'aquest informe, ja han començat a arribar estudiants.

Turisme va organitzar una xicoteta recepció de benvinguda al Col·legi de l'Art Major de la Seda.

► RUTA DELS BORJA I RUTA DEL GRIAL

- **Viatge de familiarització per a operadors polonesos:** novembre. Set turoperadors polonesos van visitar alguns dels recursos i les destinacions de la ruta dels Borja així com de la ruta del Grial.



► VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ PER A MERCAT XINÉS

- **Viatge de familiarització a operadors, bloguers i periodistes xinesos:** a l'octubre de 2018. Els bloguers (en conjunt tenien dos milions de seguidors en xarxes socials) van publicar diàriament en la xarxa social xinesa WeChat en temps real (equivalent al WhatsApp) i a través dels seus blogs (més de 300.000 reproduccions del contingut sobre la Comunitat Valenciana). Els periodistes publicaran a *National Geographic Asia*, entre altres mitjans, sobre el turisme a la Comunitat i sobre turisme enològic. Es van facilitar contactes amb empreses locals que van derivar en acords comercials.
- **Viatge de familiarització a operadors xinesos:** al desembre 2018, en el marc del pla operatiu de Turespaña. Es va fer una visita a diferents localitats de la Comunitat i es va destacar el producte oleoturisme. Es van facilitar contactes amb empreses locals que van derivar en acords comercials.

C. Altres accions promocionals

► RUTA DE LA SEDA

- **Exposició a El Corte Inglés de la Ruta de la Seda en miniatura:** El mes de gener, El Corte Inglés va organitzar una exposició de miniatures de la Ruta de la Seda en col·laboració amb el museu l'Iber. Turisme va col·laborar-hi amb vídeos de la Ruta de la Seda per a projectar-los durant els dies de l'exposició i material divulgatiu de la Ruta de la Seda.
- **Dia de la Seda al Museu Nacional de Ceràmica:** Aquest museu va celebrar al maig el Dia de la Seda i va organitzar activitats entorn del lleó de seda. Turisme va assistir-hi i va col·laborar amb material divulgatiu.
- **Jornades Ruta de la Seda (UNESCO):** Turisme Comunitat Valenciana va signar un conveni de col·laboració amb UNESCO l'objectiu del qual era, entre d'altres, la realització de les jornades "Ruta de la Seda per a persones amb diversitat funcional". Aquestes jornades, en les quals van participar huit centres ocupacionals de diferents punts de la Comunitat Valenciana, van tindre lloc els dies 7 i 8 de juny. Turisme s'hi va implicar presencialment i va col·laborar en l'organització.
- **Passarel·la de les Arts:** Es tracta d'un esdeveniment en què conflueixen diferents disciplines artístiques, de les quals l'eix vertebrador és la moda d'autor. La passarel·la té una connexió especial amb la seda que va més enllà de les desfilades amb sedes valencianes. A més d'això, s'hi munten exposicions de la Ruta de la Seda, s'hi ofereixen xarrades, hi participen països de la ruta, etc. La qualitat i la projecció de l'esdeveniment, celebrat el mes de juny, han fet que actualment estiga afavorit per UNESCO.
Turisme va col·laborar amb una exposició sobre la Ruta de la Seda, un punt d'informació, i presencialment en les xarrades.
- **Presentació de l'Instituto Seda España a Madrid:** En 2018 se va crear l'Instituto Seda España, presidit per Federico Mayor Zaragoza, amb el propòsit d'estrènyer llaços entre les zones i les regions sederes d'Espanya i els equivalents en altres països per on transcorren les rutes de la seda històriques, amb l'objectiu que siguen considerades rutes de pau. Comptant amb la col·laboració

presencial i d'organització de Turisme Comunitat Valenciana, l'Institut es va presentar el 19 de juny a Madrid davant d'ambaixadors de països de la Ruta de la Seda, representants d'entitats i organismes públics i privats, fundacions, empreses i associacions de la societat civil. Turisme va disposar un punt d'informació sobre la Ruta de la Seda valenciana i va oferir un còctel.

► **Declaracions conjuntes d'intencions/acords internacionals no normatius**

Turisme considera que per al compliment de les seues finalitats pot ser d'interés desenvolupar acords internacionals no normatius. Això permet aconseguir diversos objectius com ara establir línies de col·laboració per a compartir experiències, intercanviar coneixements en gestió turística o enfortir l'intercanvi mutu d'informació de base estadística o d'informació específica vinculada a rutes turístiques d'interés mutu, com també la configuració de propostes turístiques d'interés comú per a vincular-les a recursos en les dues destinacions. En definitiva, promoure la participació dels agents turístics dels dos territoris en projectes de caràcter internacional.

En aquesta línia, durant l'any 2018 s'han iniciat negociacions per a la signatura de tres acords internacionals: amb el departament de l'Aude (França), amb la ciutat d'Almati (el Kazakhstan) i la regió de Samarcanda (l'Uzbekistan).

- **Departament de l'Aude (França).** Col·laboració entre el Departament de l'Aude i la Generalitat a través de Turisme Comunitat Valenciana per a desenvolupar iniciatives conjuntes i intercanviar informació en matèria turística, més específicament de contingut cultural i, especialment, centrades en el llegat càtar. L'acord va ser signat per Francesc Colomer, en qualitat de president de Turisme Comunitat Valenciana, i Hervé Baro, vicepresident primer del Departament de l'Aude, el dia 12 de novembre.
- **Ciutat d'Almati (el Kazakhstan) i la regió de Samarcanda (l'Uzbekistan).** Encara que la comunicació ha sigut fluida i constant, en aquests casos les negociacions són més complexes i han anat més lentes. Previsiblement, els acords se signaran en 2019.

Altres col·laboracions

- **Col·laboració en el projecte del llargmetratge documental *Los amantes mariposa*.** La productora Tres Monstruos ha presentat un projecte per a fer un documental que versarà sobre el procés de creació dels artistes, inspirat en tres ciutats clau de la Ruta de la Seda: Xian, Istanbul i València, i en l'artesanía del teatre de màscares i de la joieria. El fil conductor del documental serà el conte tradicional xinés *Los amantes mariposa*.

Turisme ha participat en reunions per a conèixer amb detall la iniciativa, en les quals han participat, a més de la productora, representants del Govern xinés, de joieria de València i de diverses institucions valencianes.

S'ha col·laborat amb la productora en l'elaboració d'informació i contactes per a les gravacions i s'ha facilitat informació d'interés sobre la connexió entre la Ruta de la Seda i la Comunitat Valenciana.

- **Presentació a Madrid de l'oferta cultural vinculada a la Ruta de la Seda:** el mes de juny es va dur a terme una presentació de l'oferta cultural dirigida a agents de viatges i operadors turístics de la Comunitat de Madrid. Després de la presentació, hi va tindre lloc un concert de la Ruta de la Seda a càrrec de Capella de Ministrers.
- **Task Force UNWTO celebrada a Kayseri (Turquia):** el mes de juny va tindre lloc a Kayseri (Turquia) la reunió anual dels països del programa de la Ruta de la Seda de l'OMT-UNWTO amb l'objectiu de posar en comú els suggeriments i les prioritats dels països membres i avançar en el Silk Road Action Plan. Turisme va participar-hi, ja que, a més de la invitació per a assistir-hi, es va sol·licitar expressament que férem una presentació sobre l'experiència de la Comunitat Valenciana en el desenvolupament de la Ruta de la Seda en què es van explicar les activitats i els esdeveniments desenvolupats i previstos, perquè, en opinió de l'OMT, el full de ruta de València n'és un bon exemple i pot servir de model a altres països més desenvolupats turísticament perquè és considerada com l'exemple més rellevant de *best practice*.
- **Col·laboració amb el museu del Palmito (Aldaia):** s'han mantingut reunions amb els responsables del museu del Palmito (Aldaia) per a tractar la incorporació a l'oferta sedera i per a impulsar la promoció del recurs. El mes de juliol, el museu va celebrar una jornada promocional i Turisme va dur a terme les gestions per a facilitar el muntatge d'una exposició sobre la Ruta de la Seda a més de facilitar material informatiu.
- **Presentació a l'Instituto Seda España a València:** el mes de juliol al CdT, en l'organització de la qual també col·laborarà Turisme.
- **Congrés Internacional de Museus de Seda,** organitzat pel Col·legi de l'Art Major de la Seda (15-17 nov.) en el marc del conveni signat amb Turisme Comunitat Valenciana. Primer congrés organitzat d'aquest tipus amb l'objectiu de conèixer i comparar les característiques dels museus de seda de diferents llocs del món des d'una perspectiva multidisciplinària. A més de ser una actuació amb línia nominativa, Turisme, a més d'assistir-hi, va col·laborar en aspectes de l'organització del congrés i va col·locar un punt d'informació per als assistents amb material específic tant de la Ruta de la Seda com d'altres rutes o ofertes culturals.
- **Aliança de Civilitzacions, Nacions Unides.** Els dies 19 i 20 de novembre es va celebrar el huité fòrum de l'Aliança de Civilitzacions a la seu de les Nacions Unides a Nova York amb el títol "Aliances per a la prevenció i el manteniment de la pau". A l'Institut de la Seda li va correspondre una sessió de treball en aquest fòrum, presidida per Federico Mayor com a president de la fundació Cultura de Paz. Va intervindre el secretari autonòmic de Turisme Comunitat Valenciana, per ser València la ciutat reconeguda com a la final de la Ruta de la Seda.

► RUTA DELS BORJA

- **Presentació de l'aplicació mòbil Territorio Borja:** a Fitur, al gener 2018. Aquesta aplicació de mòbil mostra els recursos de la ruta i en destaca la part cultural a través del joc.
- **Presentació del fullet Receptari Borja: a Fitur, al gener de 2018.** Elaborat juntament amb Conhostur, recopila receptes de l'època en què van viure els membres més famosos d'aquesta família, reinventades pels millors cuiners de la Comunitat Valenciana. Aquesta publicació s'ha promocionat en nombrosos mitjans de comunicació com en la revista *Muy Historia*.

► RUTA DEL GRIAL

- **Exposició i setmana cultural:** inauguració de l'exposició fotogràfica a El Corte Inglés de València al gener. S'hi va aportar material fotogràfic i es va participar en una taula redona sobre aquesta ruta. Aquesta exposició va participar en la setmana cultural del Centre Aragonés a València a l'abril.
- **Trobada literària:** al març es va organitzar la trobada literària sobre el calze a l'Ateneu de València, que va tindre com a ponent a Javier Sierra, guanyador del Premi Planeta 2018 amb la seua obra sobre el calze de València.
- **Publicació en el diari Las Provincias i altres mitjans:** aquest producte s'ha promocionat en nombrosos mitjans de comunicació com en la revista *Muy Historia* o en el diari *Las Provincias*, en què s'ha publicat un col·leccionable de nou fascicles setmanals sobre la ruta del Grial.

Altres temes culturals

- **Setmana de la Comunitat Valenciana a Timisoara (Romania):** el consolat espanyol a Timisoara va organitzar, del 27 de març al 3 d'abril, una setmana cultural de la Comunitat Valenciana en col·laboració amb Turisme.
- **Curs de turisme cultural:** en 2018 la Fundació Cañada Blanch ha organitzat la XVII edició del Curs d'Especialització en Turisme Cultural, dirigit a agents turístics i culturals, en el qual els departaments de Turisme i Cultura de la Generalitat col·laboren des de l'inici.
Turisme Comunitat Valenciana, que està en el comitè organitzador, col·labora amb ponències de tècnics de Turisme i amb l'organització de tres visites taller en destinacions de la Comunitat Valenciana que estan impulsant el turisme cultural. En 2018 les visites taller han tingut lloc a: Alcoi (26/10/2019), Sagunt (16/11/2019) i Onda (14/12/2018).
Aquestes visites taller s'organitzaren en col·laboració amb els ajuntaments. En cada una d'aquestes, l'ajuntament va fer una presentació de la línia estratègica i les activitats que duen a terme per a impulsar el turisme cultural i es va fer una visita guiada als recursos patrimonials de més interès.
- **Taller de productes turístics a Alaquàs organitzat per AEVAV-CV:** Assistència al taller de productes turístics organitzats per l'Associació Valenciana d'Agències de Viatges el dia 1 de juny al castell d'Alaquàs. Participació de 53 proveïdors turístics.
- **Concurs "El rei Jaume I vist pels xiquets":** es tracta d'un concurs de dibuix dirigit a xiquets que anualment organitza El Corte Inglés en vespres de la festivitat del 9 d'octubre. Turisme ha participat com a jurat en l'edició de 2018.
- **Assemblea de l'Associació i Club de Producte Turístic Castells i Palaus d'Espanya:** el dia 20 de novembre, Turisme va assistir a la primera assemblea del Club de Producte Turístic Castells i Palaus d'Espanya, dirigit als socis i a les administracions turístiques per a conèixer les accions que es volen fer amb la col·laboració de la Secretaria d'Estat de Turisme i Turespaña. Per part de la Comunitat Valenciana, a més de Turisme Comunitat Valenciana, hi van assistir representants de diversos ajuntaments que alberguen castells associats al Club de Producte.

- **Capitals culturals de la Comunitat Valenciana:** turisme participà en 2018 en la comissió de valoració per a la designació de les capitals culturals de la Comunitat Valenciana que cada any organitza la Conselleria de Cultura, que en distingeix dues categories en funció de si els municipis tenen una població inferior o superior als 5.000 habitants. El mes de desembre es van rebre les candidatures presentades, que van ser estudiades i valorades.

D. Materials per a la promoció turística

► RUTA DE LA SEDA

- **Desenvolupament d'un microlloc específic de la Ruta de la Seda a la Comunitat Valenciana** disponible en l'URL <ruta-seda.comunitatvalenciana.com>.
- **Publicació de la guia València, ciutat de la seda en diferents llengües.** La guia ha sigut traduïda i publicada en valencià, anglés, francès, italià i xinés.

► RUTA DEL GRIAL

- **Traducció i publicació del fullet Ruta del Grial,** publicat en diverses llengües, com ara el polonés, mercat especialment sensible en tot el que fa referència al turisme religiós.

Altres temes culturals

- **Guia Rutes Jaume I – Viatge a l'època medieval:** després del treball d'elaboració de continguts dut a terme l'any passat, finalment la guia ha sigut publicada en 2018. En concret, se n'han publicat 3.000 exemplars en castellà. El dia 4 d'octubre es va fer una presentació de la guia davant dels representants municipals de poblacions que hi apareixen.

General per a tots els productes d'aquest grup:

- **Manual de disseny i aplicació de senyalística per als productes turístics:** elaboració d'un manual sobre senyalització per a rutes culturals vertebradores del territori com la ruta del Grial, Territori Borja i Camins de dinosaures.

■ 8.3.4. Mediterranew Musix i Mediterranew Fest

A. Fires especialitzades

- ▶ **Fitur Festivales 2018:** del 17 al 21 de gener del 2018 a Madrid. Fitur decideix crear l'espai de festivals amb la intenció d'agrupar el turisme musical en el pavelló tres dins de l'oferta que té. Hem sigut l'única comunitat autònoma amb presència en aquest apartat. Es contracten 36 m² i es dediquen 18 m² a la promoció dels grans festivals sota la marca aglutinadora Mediterranew Fest i 18 m² a la marca Mediterranew Musix. Turisme ha sigut, amb molta diferència, la que més ha utilitzat l'escenari principal de Fitur Festivales amb la presentació de fins a setze propostes i projectes per a 2018.
- ▶ **Amsterdam Dance Event 2018:** del 17 al 21 d'octubre a Amsterdam. ADE és la fira de música electrònica més important d'Europa. Té un format singular i l'espai expositiu és molt divers i variat. Hi ha un ADE de dia dedicat a les conferències i a destacar la música com a reclam turístic i empresarial i un ADE de nit on es posa de manifest qui és qui en la indústria musical.
Turisme Comunitat Valenciana va realitzar cinc presentacions sobre música electrònica a la Comunitat en el teatre The Baillie.
- ▶ **BIME PRO 2018:** del 26 al 28 d'octubre, Bilbao. Bime és la fira sobre la indústria musical de referència a Espanya. La Comunitat Valenciana va assistir junt a empreses especialitzades representant a les dues marques turístiques Mediterranew Musix i Mediterranew Fest. Es va participar en xarrades i col·loquis sobre turisme i música, es van aconseguir reunions per a dotze empreses de la Comunitat Valenciana i s'obri la possibilitat de fer *showcases* en 2019 per a bandes valencianes.
- ▶ **TROVAM 2018:** del 8 a l'11 de novembre a Castelló. Fira de la indústria musical de la Comunitat Valenciana. Turisme Comunitat Valenciana va tindre presència en presentacions i taules redones.

B. Accions amb prescriptors especialitzats

- ▶ **Viatge de familiarització productora Blanco y Negro.** 3 de maig a València. Es parlà de la ciutat i els possibles escenaris per a les múltiples marques de les quals són llicenciataris. D'aquesta presentació van eixir les 3 primeres accions del Brunch Electronic a la Marina de València al setembre del 2018. Es mantenen diverses reunions a l'octubre i el desembre amb la idea de la instal·lació a València d'una marca amb repercussió internacional dins de la música electrònica.

- ▶ **Viatge de familiarització de la productora Day Dream Festival**, es busca un espai a la Comunitat Valenciana per al festival Day Dream. Es van mantindre diverses reunions entre maig i desembre, projecte ajornat a 2020. Es faciliten reunions i visites d'inspecció a terrenys, ajuntaments i possibles empreses col·laboradors.
- ▶ **Viatge de familiarització 4ufestival**, possibilitat de fer una col·laboració empresarial i una connexió amb operadors turístics internacionals per a festivals de la Comunitat Valenciana. 6 de juny. València
- ▶ **Viatge de familiarització amb la productora CatMusic**, 4 de desembre. Es va realitzar una visita d'inspecció als terrenys situats a Tavernes de la Vallidigna i Torrevieja. Contacte amb l'Ajuntament de la Nucia. Es buscava terreny amb més de 150.000 m² per a celebració del festival UNTOLD. Es fa referència als països de l'est d'Europa i Rússia.
- ▶ **Reunions de treball**. En 2018 es realitzaren més de huitanta reunions amb els integrants de les marques Mediterranean Musix i Mediterranean Fest. A més de fer-ho amb altres empreses que encara no han presentat sol·licitud d'adhesió a les marques com: Iboga Summer Festival, Días de Parque, Días de Campo, The Basement, Palau Alameda, Fem Festival, Benicàssim Electronic Festival, Surforama, Llum Festival, Classical Music la Vila Vella, Festival Internacional de Música de Cambra de Godella, Retrovisor, Loco Club, 16 Toneladas, SanSan Festival, Paellas Universitarias, Tranquilo Música, Fiestify, Vlc4you, Cercavila, MUV, Seektours, Talk Fest, Mercat de Música Viva de Vic, Fira Mediterrània de Manresa, Arena Valencia, Radiante, EBC, Sony Music, Sound Diplomacy, Universitat de València, Son Stellae, Artyco, Contasult, Cesión, Wegow, Rock & Rock, Slow Music & Food, Bodegas Herráez, Music Be Prog...
- ▶ **Presentacions del producte Mediterranean Musix i Mediteranew Fest el:**
 - 26 gener: reunió de l'associació Música Pro CV, sala Octubre, València.
 - 5 febrer: presentació de Port Fest Sagunt, casal jove de Port de Sagunt.
 - 24 març: xarrada a la Universitat Politècnica de València (campus de Gandia).
 - 25 abril: presentació del Formigues festival, Benicàssim.
 - 8 maig: presentació de Leyendas del Rock, Hard Rock Café (Madrid).
 - 22 maig: presentació d'Arrels, Capella de Ministrers, Universitat de València.
 - 7 juny: Curs de Coneixements Bàsics del Negoci Musical (Cultura).
 - 26 juny: actuació de la Capella de Ministrers - Ruta de la Seda / Musix - Teatres del Canal Madrid (amb vi d'honor).
 - 18 agost: concert Mano a Mano a Bunyol.
 - 21 setembre: Foios Little Fest, Ajuntament de Foios.
 - 20 novembre: Associació d'Arts Escèniques ART a Alacant.
 - 23 novembre: Curs Producció Esdeveniments Musicals a ADEIT, València.

C. Altres accions promocionals

- ▶ **18 gener: Reconeixement públic i lliurament de distintius** als integrants de les marques Mediterranew Musix i Mediterranew Fest en el marc de Fitur (els distintius van ser entregats pel Molt Honorable President de la Generalitat Valenciana).
- ▶ **Campanya de *tattoo branding*** durant el Festival de les Arts de València. En col·laboració amb la campanya de Màrqueting Digital de Turisme CV.
- ▶ **Publicació d'articles** promocionals en revistes com *Verne*, *Escenarios* i publicacions pròpies de les fires (vegeu l'apartat de fires).
- ▶ **Gravació de quatre vídeos** reflex de quatre realitats diferents de la música de la Comunitat Valenciana: en representació de la música culta: gravació del rèquiem de Mozart a l'església de la Sang de Lliria; en representació de les bandes de música: gravació de l'acte de l'FSMCV al Mestalla; recopilació, edició i muntatge d'un vídeo de les *afterparties* dels festivals sota la marca Mediterranew Fest; gravació de les preses necessàries, recopilació, edició i muntatge d'un vídeo de les *afterparties* dels festivals sota la marca Mediterranew Musix.
Instal·lació d'un punt d'informació de la Generalitat Valenciana en huit festivals de música. Amb el propòsit d'acostar al públic assistent les diferents propostes de la Generalitat, es van unir els esforços de Turisme Comunitat Valenciana, que aporta informació turística amb el suport de la Xarxa Tourist Info, l'Institut de les Dones, que hi instal·la un punt violeta contra la violència de gènere, CALSICOVA, que informa sobre els riscos de les malalties de transmissió sexual i l'IVAJ, que treballa amb el seu pla d'informació sobre drogues.
- ▶ **Visites d'inspecció:** es van fer visites d'inspecció als festivals: Días de Parque, Formigues festival, Love the 90's, Love the 20's, Llum Festival, Singing in the Cave, Forever Fest Valencia, 90's Love You, Arenal Sound, Rototom Sunsplash, FIB, Festival de les Arts, Medusa Sunbeach, Leyendas del Rock, Iberia Festival i Low festival per a la realització de seguiments deguda a la seua vinculació amb la promoció del turisme de festivals de la Comunitat Valenciana.

D. Materials per a la promoció turística

- ▶ **Articles promocionals**
Marxandatge en col·laboració amb CALSICOVA per a repartir-lo en els festivals de Mediterranew Fest.
Creació d'un disc amb música de bandes i partitures valencianes. Format tríptic.

■ 8.3.5. Altres productes segmentats

A més de les línies de treball definides en l'estratègia "CreaTurisme", també s'ha incidit en el suport, el desenvolupament i l'impuls d'altres productes segmentats com el de creuers, LGTBI o el MICE i *premium*.

Referent a MICE i *premium*, es coordina des de Turisme Comunitat Valenciana amb les cinc oficines de congressos de la Comunitat Valenciana i les institucions de promoció que gestionen les sis marques turístiques, a més de coordinar-se amb les associacions empresarials especialitzades.

► CREUERS

Desenvolupament d'accions de suport i coordinació amb les entitats responsables de la promoció del producte (autoritats portuàries, destinacions, associacions del sector, etc.).

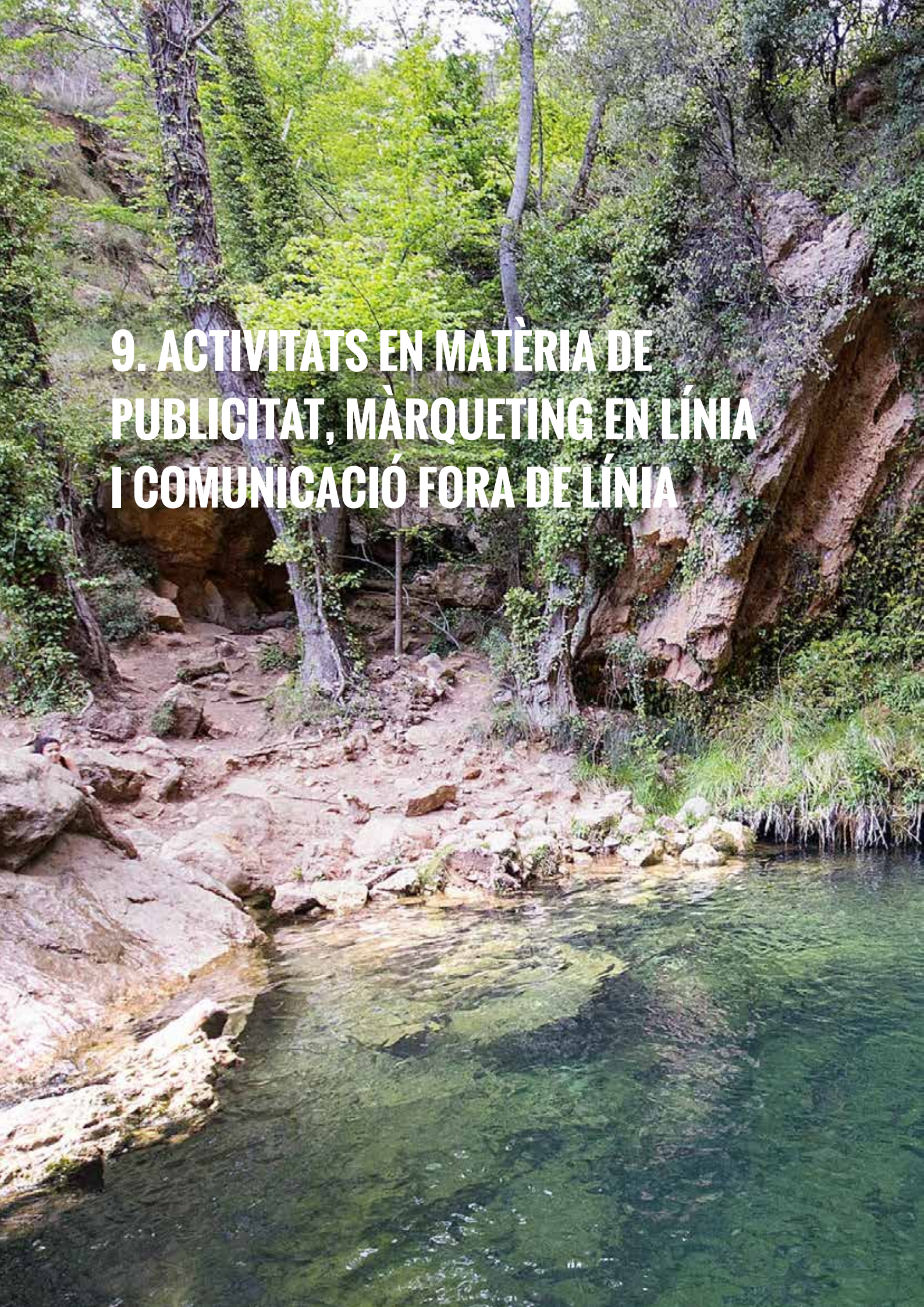
Realització d'accions específiques per a la promoció de noves destinacions de creuers: *Cruise Street Assistant*. Esdeveniment promocional amb motiu de l'arribada al port de Castelló dels creueristes del vaixell *Saga Sapphire* en l'escala de l'1 d'agost.

► LGTBI

- **Trobada de Famílies Orgulloses (Castelló, 10 juny).** Muntatge d'una carpa i ambientació musical amb motiu de la celebració de la IV Trobada de Famílies Orgulloses a Castelló.
- **Orgull Gai València (16 de juny).** Amb motiu de la manifestació de l'orgull LGTBI va eixir una carrossa de la Comunitat Valenciana animada amb ballarins i associacions del sector.
- **Orgull Gai Barcelona (28 juny-1 juliol).** Estand de la Comunitat Valenciana en la fira de l'organització per a promoure l'oferta LGTBI entre els assistents a l'esdeveniment.
- **Orgull Gai Madrid (7 juliol).** Carrossa de la Comunitat Valenciana en la desfilada de Madrid amb el motiu de la celebració de l'orgull a la capital d'Espanya.

► MICE I PREMIUM

Les accions que s'han desenvolupat per a potenciar aquest producte van des de l'assistència a fires i certàmens especialitzats en accions promocionals en la destinació com diferents viatges de premsa i familiarització, tots aquests ja esmentats en l'apartat dedicat a promoció: fires IMEX Frankfurt i Las Vegas, IBTM World, M&I Algarve i Dubrovnik, viatges de familiarització d'agents polonesos, de l'Índia, com també altres accions especialitzades desenvolupades en col·laboració amb les oficines de congressos, associacions professionals i marques turístiques.



9. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE PUBLICITAT, MÀRQUETING EN LÍNIA I COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA

9.1. CAMPANYES I ACTUACIONS DE PUBLICITAT

L'estratègia de comunicació turística s'articula en funció dels diferents canals o suports complementaris entre si; a la línia de comunicació tradicional basada en publicacions impreses se suma cada vegada amb més força la comunicació en línia com una via eficaç de promocionar la Comunitat.

El portal turístic, les xarxes socials, la mobilitat i l'ús de formats multimèdia fomenten i incrementen el compromís i la fidelització amb la marca Comunitat Valenciana.

A això cal afegir la publicitat a través de campanyes de comunicació, amb una difusió a través d'una combinació de mitjans, accions de contingut de marca o insercions directes en mitjans de comunicació.

Així mateix, es vertebra a través de la col·laboració amb diverses entitats certes actuacions de màrqueting turístic per a unir els esforços de tots, a través de convenis nominatius per a la millora considerable de la imatge i la competitivitat de la Comunitat Valenciana.

■ 9.1.1. Campanya de publicitat autonòmica, nacional i internacional 2018-2019

La campanya de publicitat autonòmica, nacional i internacional per a la difusió de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana ha suposat en 2018.

A. Adquisició d'espais publicitaris en mitjans de comunicació per a la campanya de publicitat autonòmica i nacional.

El període de campanya es va iniciar a partir del 23 de març de 2018 en mitjans nacionals i de la Comunitat Valenciana. Durant l'any 2018, les actuacions s'han estructurat sobre la base de dos períodes: el primer, prevacacional i vacacional (juny-agost) per a la promoció de l'estiu 2018, i un segon període que fixa l'objectiu en la desestacionalització (setembre-desembre 2018).

El plantejament tàctic ha comprés actuacions en televisió, ràdio, premsa i revistes, en línia, exterior i cinema, tenint en compte l'estratègia de productes de Turisme Comunitat Valenciana i els mercats nacionals d'interés amb el suport publicitari de "Mediterrani en viu" i la col·laboració en matèria de continguts.

La campanya de publicitat autonòmica i nacional ha obtingut un impacte del 61% i una valoració de 7,7 per damunt dels índexs de referència (6,6). El mitjà en el qual més es recorda la campanya és la televisió (97%), mitjà en el qual s'han obtingut 3.262 GRP.

B. Adquisició d'espais publicitaris en mitjans de comunicació per a la campanya de publicitat internacional

L'actuació en la campanya internacional planteja una estratègia multimèdia en suports fora de línia i en mitjans digitals, alhora que combina accions de continguts amb publicitat convencional.

A través del *mix* de mitjans, la campanya ha tingut presència al Regne Unit, Alemanya, França, la Xina, Holanda, els països nòrdics i Polònia; amb actuacions en TV (Euronews, Eurosport), premsa i suports digitals (operadors turístics, premsa especialitzada en viatges, etc.).

■ 9.1.2. Campanya en mitjans per a la difusió del missatge d'hospitalitat 2017-2018

L'objecte de la campanya és la planificació i la compra de mitjans d'una campanya de publicitat compresa entre els exercicis 2017 i 2018 per a la difusió dels valors de l'hospitalitat a la Comunitat Valenciana.

En aquesta campanya estan inclosos els suports següents: televisió, ràdio, premsa, digital (aplicacions, xarxes socials, premsa en línia) i publicitat exterior en mitjans de la Comunitat Valenciana.

En l'exercici de 2018 es van dur a terme cinc onades (continuitat de campanya, esdeveniments d'afluència turística especial, cursos, formació i jornades de CdT congressos o esdeveniments de caràcter professional/institucional, marxandatge i borsa 2018).

■ 9.1.3. Insercions publicitàries Fitur 2018

Atés que en Fitur 2018 l'única campanya de publicitat activa era la d'hospitalitat, la finalitat de la qual no era estrictament promocional, es van fer dues actuacions addicionals: publicitat exterior en l'entorn firal de Fitur i difusió de l'oferta turística de la Comunitat a Fitur a través de televisions autonòmiques de la Comunitat Valenciana.

La publicitat exterior en el recinte firal de Fitur, consistí en quatre columnes en l'accés al corredor dels pavellons. A més l'actuació es va completar amb publicitat en les televisions: Información TV, Levante TV, Intercomarcal TV, televisions comarcals de la província de Castelló i Mediterráneo TV.

■ 9.1.4. Creació de la marca turística gastronòmica L'Exquisit Mediterrani

En el marc de l'impuls a la promoció del producte gastronòmic i l'enoturisme que du a terme Turisme Comunitat Valenciana, la Unitat de Publicitat es va encarregar en 2018 de la contractació d'un servei per a la creació d'una marca gastroturística.

L'Exquisit Mediterrani és una marca que identifica i aglutina totes les accions de comunicació i posicionament del producte gastroturístic que impulsa Turisme Comunitat Valenciana o aquesta en col·laboració amb altres entitats. Un símbol de referència per a projectes turístics de base gastronòmica que servirà com a segell distintiu d'empreses, productes, serveis i experiències gastroturístiques que responguen a uns paràmetres de qualitat i autenticitat definits. Una marca identificativa de la Xarxa Gastroturística CV, de les entitats que la integren i de les accions de promoció del producte gastronòmic o en jornades, fires, accions formatives, etc.

■ 9.1.5. Filmació en el període nadalenc i el de desestacionalització

A través de les campanyes de publicitat i del rodatge per a l'elaboració dels espots televisius es produeixen materials audiovisuals que s'utilitzen també en altres vídeos de caràcter promocional. No obstant això, i de manera general, aquests rodats es realitzen en períodes preestivals, per la qual cosa no es disposava d'imatges de temporada baixa o de desestacionalització i del període nadalenc.

És per això que es va fer una filmació de bruts audiovisuals de recursos turístics durant el període nadalenc i de la temporada de desestacionalització per a usar-los posteriorment en vídeos promocionals i en altres tipus de material.

■ 9.1.6. Locució dels espots de la campanya per a mercats internacionals

Per a l'emissió de la campanya de publicitat en mercats internacionals es va fer la locució dels espots de campanya en diverses llengües dels principals mercats en què s'emet la campanya: anglés, francès, alemany, rus, xinès, etc.

■ 9.1.7. Adaptacions gràfiques per al suport en la promoció turística

En suport a la promoció turística s'han fet adaptacions gràfiques per a fires, com també adaptacions de gràfiques per a campanyes i s'ha recopilat i s'ha elaborat material per a contingut de marca i publireportatges de les campanyes nacional i internacional.

Pel que fa a fires i altres accions promocionals durant 2018, s'han adaptat gràfiques i s'han dissenyat panells per a diversos esdeveniments com: Gastrónoma Alacant, Madrid Fusión, Alimentaria, Dive Birmingham, la fira de busseig de Madrid, SIAL Paris, ITB Berlín, WTM, Golf Parma, MITT de Moscou, Munic, Poznan, l'orgull de Madrid i Barcelona, Ferien-Messe, Expotural, Mostra de Turisme (publicitat exterior) i més.

A més, s'ha col·laborat en l'elaboració de nombroses adaptacions de gràfiques de la campanya de publicitat nacional i autonòmica i en la traducció i l'adaptació prèvia de la gràfica de la campanya internacional, així com en la recopilació i l'elaboració de material escrit i cerca d'imatges per a contingut de marca i publireportatges de les campanyes nacional i internacional.

Exemples de col·laboració en la promoció



9.2. COL-LABORACIÓ EN LA PROMOCIÓ DE PRODUCTES, DESTINACIONS I EN L'EXECUCIÓ D'ACTUACIONS DE MÀRQUETING EN MERCATS D'INTERÉS PRIORITARI

Mitjançant convenis amb associacions sectorials per a la promoció de productes i destinacions turístiques es va donar suport en 2018 a actuacions que tenen com a objectiu la difusió i la promoció de productes turístics, de destinacions de la Comunitat Valenciana i les actuacions de màrqueting dirigides a mercats d'interés prioritari per a les associacions que ho promouen.

A aquest efecte, Turisme Comunitat Valenciana va signar convenis de col·laboració amb les entitats següents:

BENEFICIARIS	OBJECTE
AEROCAS	Promoure accions de publicitat i comunicació turística de l'aeroport de Castelló.
ASSOCIACIÓ D'EMPRESSES DE TURISME ACTIU	Accions de publicitat i difusió del turisme actiu de la Comunitat Valenciana.
ASSOCIACIÓ CULTURAL EL CAMINO DEL SANTO GRIAL	Posada en marxa de la ruta del Grial des de San Juan de la Peña a la catedral de València i promoció de la ruta. Sensibilització dels municipis de la ruta
ASSOCIACIÓ D'EMPRESARIS DE CAMPS DE GOLF COSTA BLANCA	Fomentar accions de promoció del turisme de golf tant a nivell nacional com internacional.
ASSOCIACIÓ FOGUERES ESPECIALS D'ALACANT	Promoció i impuls de les Fogueres d'Alacant.
ASSOCIACIÓ EMPRESARIAL VALÈNCIA PREMIUM	Consolidar el procés de posicionament internacional com a destinació premium a través de la implementació d'accions de comunicació i comercialització dels seus productes principals en els seus mercats objectiu.
ASSOCIACIÓ HOSTALERIA DE TORREVIEJA	Accions de promoció i màrqueting de l'oferta d'hostaleria i restauració de Torrevieja.
ASSOCIACIÓ PROMOCIÓ TURISME FAMILIAR DE LA CV	Suport de l'activitat de turisme familiar a la CV.
ASSOCIACIÓ PROV. HOTELS PROVÍNCIA ALACANT: APHA	Accions de promoció i màrqueting de l'oferta hotelera d'Alacant.
ASSOCIACIÓ SANT JORDI DE MOROS I CRISTIANS D'ALCOI	Promoció i impuls de les festes de Moros i Cristians d'Alcoi.
AJUNTAMENT D'ALGEMESÍ	Promoció i impuls de la muixeranga d'Algemesí.
AJUNTAMENT DE DÉNIA	Pla de promoció de la gastronomia de Dénia i de la CV.

AJUNTAMENT D'ELX	Potenciar la promoció turística a la ciutat d'Elx.
AJUNTAMENT DE GANDIA	Potenciar la ruta turística de la família dels Borja.
AJUNTAMENT DE PENÍSCOLA	Pla de promoció del producte cinematogràfic de turisme de Peníscola i de la CV.
AJUNTAMENT DE SAGUNT	Pla de promoció turística del producte cultural a través de les arts escèniques a Sagunt i de la CV.
AJUNTAMENT DE XÀTIVA	Potenciar la ruta turística de la família dels Borja.
CÀTEDRA XINA	Foment de la imatge de la CV quant a promoció turística i cultural.
COCEMFE	Col·laboració per a l'impuls al turisme accessible a la Comunitat, "Turisme per a tots".
COL·LEGI DE LA SEDA	Promoció d'actuacions de promoció turística del producte Ruta de la Seda.
CONHOSTUR	Promoció i desenvolupament del producte gastronòmic de la CV.
FEDERACIÓ CÀMPINGS CV	Accions de promoció i dinamització de l'oferta turística de càmpings de la CV.
FEDERACIÓ FALLES SECCIÓ ESPECIAL	Promoció i impuls de les falles de la Secció Especial.
FEDERACIÓ GESTORA GAIATES CASTELLÓ DE LA PLANA	Promoció i impuls de les gaiates de Castelló.
FEDERACIÓ MOTOCICLISME DE LA CV	Foment i promoció de la Comunitat Valenciana com a destinació turística a través del Gran Premi de Motocròs de la CV.
FEDERACIÓ SOCIETATS MUSICALS DE LA CV	Promoció del producte musical valencià per excel·lència de les bandes de música locals.
FIRA MOSTRARI INTERNACIONAL DE VALÈNCIA	Suport i col·laboració de Gastrònoma 2018.
FOTUR	Col·laboració en actuacions promocionals dels productes d'oci i turisme de la CV.
FUNDACIÓ CAPELLA DELS MINISTRERS	Activació i suport al producte turístic cultural a través d'accions de la música.
FUNDACIÓ PALAU DE LES ARTS REINA SOFÍA	Accions de promoció i màrqueting de la cultura de la CV en col·laboració amb el Palau de les Arts Reina Sofía.
FUNDACIÓ TURISME BENIDORM CV	Actuacions de màrqueting i promoció turística de Benidorm en l'àmbit nacional i internacional.
FUNDACIÓ TURISME MONTANEJOS	Accions de promoció i difusió del producte turístic a Montanejos.
FUNDACIÓ TURISME VALÈNCIA	Foment de la imatge de la ciutat de València com a referent en el turisme dels diferents productes, dels quals destaquen el cultural, l'urbà, el gastronòmic, l'esportiu i el familiar.
HOSBEC	Actuacions de publicitat, promoció i comàrqueting per a la difusió de l'oferta de Benidorm, Costa Blanca i Comunitat Valenciana en el mercat nacional i internacional.

INTRODUCING CASTELLÓ	Accions de promoció i màrqueting de l'oferta turística de la província de Castelló.
PATRONAT MUNICIPAL TURISME CASTELLÓ	Accions de promoció i difusió del producte turístic del municipi de Castelló de la Plana.
PREDIF	Col·laboració per a l'impuls al turisme accessible a la Comunitat, "Turisme per a tots".
TEMPS	Suport d'accions de promoció i comercialització de l'oferta turística d'interior de la CV.
UNESCO VALÈNCIA MEDITERRANI	Promoció i màrqueting de la ruta occidental de la Seda.

9.3. MÀRQUETING EN LÍNIA

■ 9.3.1. Portal turístic comunitatvalenciana.com

El portal turístic *www.comunitatvalenciana.com* va rebre en 2018 una mica més de 3,2 milions de visites de quasi 900.000 usuaris procedents principalment d'Espanya (62,75%) i dels mercats emissors més consolidats per a la Comunitat Valenciana, com són França (6,59%), el Regne Unit (5,39%), Alemanya (6,06%), Bèlgica (2,17%) i Holanda (1,43%); si bé destaca l'augment de visites al portal des dels Estats Units (2,90%) per davant de Bèlgica o Holanda. Les visites van procedir de 216 països diferents.

Si parem atenció a la dada de les versions idiomàtiques del portal, observem que les sessions es van repartir de la manera següent:

Castellà	51,86%
Anglès	14,27%
Francès	9,92%
Alemany	9,60%

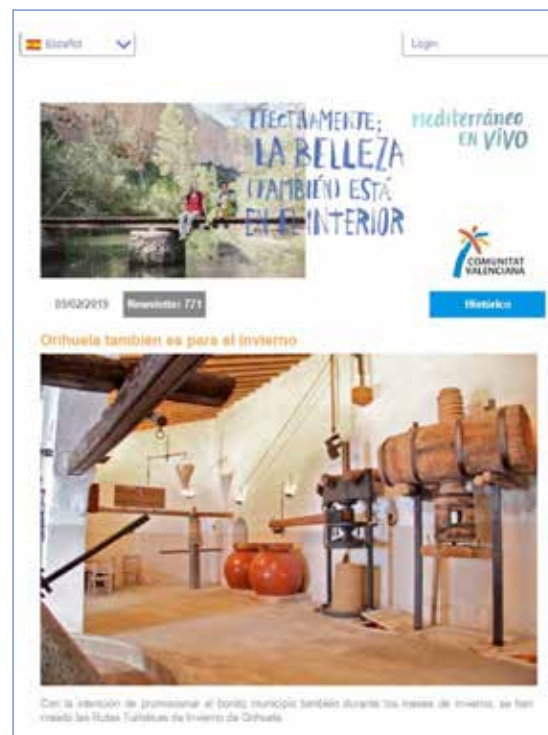
Un any més, quasi un 50% del total de les sessions van consultar continguts relacionats amb la xarxa de càmeres web de la Comunitat Valenciana, seguida per l'agenda d'esdeveniments amb quasi un 8%.

Durant 2018 es va mantindre la tendència de l'exercici anterior amb l'ordinador com el dispositiu amb el qual s'accedeix al portal en quasi la totalitat de les sessions:

La nova pàgina inicial del portal turístic es va desenvolupar el 10 de gener 2018, per la qual cosa durant tot l'exercici ha tingut el disseny actual, més atractiu, visual i senzill de navegar, si bé s'ha continuat treballant per a dotar-lo de contingut fresc a través del bloc "Busques inspiració? Más plans a la Comunitat Valenciana?".



Els continguts publicats setmanalment en el portal han seguit el mateix patró que en els anys anteriors: tres propostes de viatge (experiències a la Comunitat Valenciana) i tres notícies (últimes notícies) atés el principi de territorialitat de les tres províncies de la Comunitat Valenciana. Si bé amb la nova pàgina inicial les experiències es posicionen en el primer nivell de la barra de desplaçament de la pàgina i les últimes notícies (destinació) en el segon.



El butlletí setmanal (e-newsletter) ha mantingut estable el nombre de subscriptors actius distribuïts de la manera següent per llengua:

LLENGUA	% subscriptors 2018	% subscriptors 2017
Castellà	80,37%	80,63%
Anglès	11,05%	11,20%
Francès	3,48%	3,35%
Alemanys	3,00%	2,82%
Valencià	2,07%	1,98%
TOTAL	100%	100%

■ 9.3.2. Geoportal

Durant els primers mesos de 2018, el mapa turístic del portal va oferir el servei per al qual estava concebut: capes d'ofertes per a allotjament, restauració i activitats amb la informació de TOAP que en permeten la reserva des del geoportal.

“Article 43. El portal turístic de la Comunitat Valenciana.

1. El portal turístic de la Comunitat Valenciana es configura com a plataforma de promoció turística i incorporarà la publicitat institucional en matèria de turisme, informació sobre activitats, productes i serveis turístics i qualsevol altra informació que es considere d'interés per a qualsevol usuari o usuària turística”.

**Llei 15/2018, de 7 de juny, de turisme, oci i hospitalitat
de la Comunitat Valenciana**

■ 9.3.3. Xarxa de càmeres web

En l'actualitat hi ha 47 càmeres web de la xarxa emetent imatges en el portal turístic.

El contracte de manteniment de la xarxa de càmeres web va finalitzar el 4 de juny de 2018 i, des d'abans d'aquesta data, s'està treballant en un projecte més ambiciós l'objectiu, del qual és que l'emissió de la xarxa evolucione cap a la reproducció en continu.

■ 9.3.4. Desenvolupament d'una estratègia de màrqueting en línia per a la Comunitat Valenciana 2017-2019

El mes de maig de 2017 va marcar l'inici de la implementació d'una estratègia de màrqueting en línia per a la Comunitat Valenciana de quinze mesos de durada que va finalitzar el 2 d'agost de 2018 i es va prorrogar dotze mesos més fins al 2 d'agost 2019, motiu pel qual durant tot l'exercici 2018 Turisme Comunitat Valenciana ha tingut promoció en línia.

L'Estratègia de màrqueting en línia està dividida en dos grans blocs: Màrqueting de continguts i publicitat en línia, cada un d'aquests dividits al seu torn en els conceptes següents:

1. Màrqueting de continguts	
1.1. Continguts editorials 1.2. Gestió del portal turístic 1.3. Creació de videoblogs	1.4. Màrqueting en xarxes socials 1.5. Estratègia mòbil 1.6. Accions innovadores
2. Publicitat en línia	
2.1. Operadors turístics i agències en línia 2.2. Mitjans en línia	2.3. Xarxes socials 2.4. SEM

9.3.4.1. Màrqueting de continguts:

Cal destacar la realització de **Tretze accions en Facebook Live** amb diversos periodistes.

Cada vídeo de reproducció en continu dels Facebook Live fets en 2018 van superar els 25.000 usuaris, amb pics màxims de fins a 52.200 usuaris per vídeo, entre els quals van destacar la nit de la Cremada de Falles, el Sexenni de Morella, els Enfarinats d'Ibi i el *Misteri d'Elx*.

Però sens dubte va ser el Facebook Live de setembre 2018, amb motiu de la celebració del primer World Paella Day, el que més espectadors va tindre i més impactes va generar, fins a 154.767 impressions.

Dins d'aquest apartat cal esmentar també que es van produir cinquanta vídeos d'un minut de durada, entre els quals destaquen:

- ▶ Murs de Fanzara i Torreblanca.
- ▶ Rutes de les vil·les de Benicàssim.
- ▶ Les platges de Peníscola.
- ▶ Ruta del Agua de Chelva.
- ▶ Museu de Belles Arts de València Sant Pius V.
- ▶ Les taronges de València.
- ▶ Arenals del Sol.
- ▶ Gelat d'Alacant.
- ▶ El Museu del Xocolata.
- ▶ Gastrobloguers a la Comunitat Valenciana.



► Xarxa de blogs

Durant 2018 es va continuar la gestió de la xarxa de cinc blogs esportius en castellà: BTT, senderisme, busseig, kitesurf i surf; xarxa que va aconseguir durant 2018 les 69.000 visites.

Es van obrir fins a 86.000 sessions i el temps mitjà per sessió es va situar en 1,01 minuts.

Quasi el 70% de les visites van ser d'usuaris d'Espanya, mentre que la resta, com en anys anteriors, ho van ser dels Estats Units, l'Argentina, Mèxic, Colòmbia, Xile, Alemanya, el Regne Unit, el Perú i l'Equador.

Producció de la sèrie de ficció *Instantes* formada per 52 capítols entregats en 3 temporades i protagonitzada pel *youtuber* Enrique Àlex, a qui van acompanyar en la trama altres *youtubers* nacionals (Verdeliss, El Mundo de Mia i Gominuke) i internacionals (AngyGM d'Alemanya, Bruno Maltor de França i JB Travel i Attaché del Regne Unit).



El *teaser* de la sèrie va superar les 111.000 visualitzacions (en Instagram, YouTube i Twitter), mentre que els capítols van sumar més de 40.000 visualitzacions en YouTube (amplificació en mitjans guanyats).

► Màrqueting en xarxes socials

L'estratègia en xarxes socials se centrà en Facebook (FB), Twitter (TW), Instagram (INT) i el canal de YouTube (YT). En cada una de les xarxes es publica amb una cadència concreta segons el mes del l'any.

- FB és la xarxa del contingut;
- TW és la xarxa per a la conversa;
- INT és la xarxa de les emocions fotogràfiques i visuals, i
- YT és la plataforma de vídeo social orientada a la viralització dels continguts en vídeo.

Durant 2018 destaquen les següents accions:

A. Dansa de drons. Els drons van alçar el vol sobre la Comunitat Valenciana per a captar imatges inèdites del patrimoni cultural, històric o natural. Ens van oferir una visió d'altura de llocs que generalment es mostren arran de terra, com:

- La Vall de Laguar #aVistaDeDron, més de 131.000 visualitzacions.
- La serra Gelada i Benidorm #aVistaDeDron, més de 20.000 visualitzacions.
- Vilafamés i el seu castell #aVistaDeDron, més de 66.000 visualitzacions.
- L'illa de Tabarca #aVistaDeDron, més de 109.000 visualitzacions.
- El castell de Xàtiva #aVistaDeDron, més de 110.000 visualitzacions.
- El Parc de Capçalera #aVistaDePájaro, més de 80.000 visualitzacions.

Aquests vídeos, publicats en el canal de YT de la Comunitat Valenciana i en nadiu en la pàgina global de Facebook, van aconseguir un total de més de 516.000 visualitzacions.

B. Puzzgram: fins a 50 perfils d'Instagram influents relacionats amb la Comunitat Valenciana (*celebrities*, *Tourist Info*, *Igers*, marques turístiques...) van llançar un apunt de destinació o experiència per a crear entre tots el primer #PuzzgramCV, on totes les peces conformaven un mapa visual de la Comunitat Valenciana.

Amb això es va aconseguir ser tendència el 30 de maig i es va aconseguir que molts usuaris anònims se sumaren amb les seues fotos a aquesta acció:

- ▶ 2.300.000 impressions i 1.400.000 d'abast.
- ▶ Nombre de participants del sorteig: 158.
- ▶ Comentaris generats pels nostres apunts: 581.
- ▶ Creixement en 1.567 seguidors respecte al mes anterior.

C. Un conte de Nadal

Aquesta acció va ajudar els seguidors de la Comunitat Valenciana a felicitar el Nadal d'una manera emotiva a través de destinacions turístiques del nostre territori amb la creació del seu conte de Nadal personalitzat. Durant els Nadals de 2018 es van descarregar un total de 723 contes. El pic es va aconseguir el 25 de desembre.

766 usuaris van utilitzar l'aplicació Mi cuento de Navidad amb un total de 974 sessions iniciades.

El lloc va rebre 6.554 visites amb una durada màxima per sessió de 2,47 minuts.

L'anàlisi quantitativa de xarxes socials al tancament de l'any 2018 ens ofereix els resultats següents:

- ▶ 241.382 fans en Facebook.
- ▶ 104.236 seguidors en Twitter.
- ▶ 49.980 seguidors en Instagram.
- ▶ 2.485 subscriptors en YouTube.

El qualitatiu al tancament de l'any 2018, els següents:

A. Facebook: abast orgànic mitjà per apunt: 34.630 usuaris impactats. Abast pagat mitjà per apunt: 46.347 usuaris impactats. Mitjana d'interaccions mensuals: 1.510 reaccions. Top tres de les pàgines de fans turístiques espanyoles (després de Catalunya i les Canàries).

Els seguidors de la Comunitat Valenciana en xarxes socials viuen majoritàriament a València, Madrid, Alacant, Barcelona, Castelló, Elx i Gandia. En 2018 ens han seguit més dones (63%) que homes (37%). El rang d'edat dels nostres seguidors és majoritàriament de 25-44 anys.



B. Twitter: mitjana d'impressions mensuals: 270.250 usuaris impactats. Total d'impressions acumulades en 2018: 3.698.300 impactes. Taxa de compromís 1,37%. A diferència de l'any 2017, ara ens segueixen més dones (54%) que homes (46%). El rang d'edat dels nostres seguidors es manté en 35-44.

C. Instagram: taxa de compromís 2,15%. "Likes" acumulats a 31 de desembre de 2018: 564.021. "Likes" (mitjana) per mes: 47.000 m'agrades. El públic majoritari són dones (57%) de 25 a 34 anys i l'ús de Stories ha permès créixer de manera orgànica i tancar 2018 amb quasi 50.000 seguidors.

D. YouTube: 1.400.000 minuts de visualització acumulats en YouTube. 1.200.000 visualitzacions en YouTube. Durada mitjana de visualització: 1,10 minuts. L'espot de la campanya #MediterráneoEnVivo, les filmacions a intervals de València i Castelló, el tràiler de *Mediterranis* i la webserie *Instantes* són els continguts més vistos del canal durant l'any 2018.



Accions innovadores

A. Comunitat Valenciana Virtual 2018 en el marc de Fitur, B-Travel Barcelona i Expovacaciones a Bilbao.

Es du a terme una activitat de brànding 4.0 en la qual s'associa la marca Comunitat Valenciana amb la innovació i el turisme de qualitat. L'objectiu és desenvolupar una acció de turisme immersiu amb sis experiències diferents en realitat virtual en què els assistents viuen en primera persona l'experiència de cada una d'aquestes destinacions per a generar el desig que vulguen viatjar allí per a conèixer-les.

Les experiències van ser:

- ▶ Un viatge amb globus amb llançament en paracaigudes i una experiència amb moto aquàtica a la província d'Alacant;
- ▶ Ascens per les vies ferrades a Chulilla i ràfting per les Hoces del Cabriel a la província de València
- ▶ Descens en tirolina a Morella i per la serra d'Irta en BTT a la província de Castelló;



B. Pantone Comunitat Valenciana

Durant uns 10 dies del mes de juliol de 2018 es pengen, cada dia, a Stories d'Instagram tres propostes de color per cada una de les tres províncies de la Comunitat Valenciana. En les imatges, evocadores i que emulen la carta de color o Pantone del Mediterrani, incloem una *sticker slider* perquè els usuaris ens diguen el grau de satisfacció de la nostra proposta i definisquen els seus colors favorits.

Resultats:

- ▶ 1.441.670 impressions.
- ▶ 157.859 persones aconseguides.
- ▶ Un augment de seguidors de 827 respecte a la setmana anterior.

C. Tatoo Fest

Es busca integrar l'estratègia digital de Turisme Comunitat Valenciana dins del territori de festivals de música de la Comunitat Valenciana de la mà d'una innovació afí al públic i amb l'aportació de valor a la naturalesa pròpia de l'esdeveniment.

D. Descubriendo el Mediterráneo

Turisme Comunitat Valenciana va obrir una finestra a una altra dimensió amb l'ús d'unes ulleres de realitat virtual, els participants gaudeixen d'una experiència única que els trasllada a diferents escenaris de la Comunitat Valenciana.

**9.3.4.2. Publicitat en línia****A. Publicitat en agències de viatges en línia (OTA) espanyoles**

Desenvolupament d'accions amb les sis millors agències de viatges en línia del rànquing com Score 2015 per al sector de viatges d'acord amb la mitjana d'usuaris únics: Edreams, Atrápalo, Destinia, Rumbo, Logitravel y Viajes el Corte Inglés.

La Comunitat Valenciana ha tingut microllocs actius en 2018 en les sis OTA i ha llançat més de 80 milions d'impressions *display*. A més, ha tingut presència en les seues xarxes socials, blogs i *newsletters*.

B. Publicitat en mitjans en línia

En 2018 es van llançar més de dèsset milions d'impressions *display* i es van publicar quaranta articles amb contingut escrit per a promocionar els diferents productes turístics de la Comunitat Valenciana.

A més, s'ha comptat amb una influenciadora *top* que viatjà a la Comunitat Valenciana i en va publicar contingut relacionat en les seues xarxes socials.

C. Publicitat en xarxes socials

En 2018 s'ha impactat amb publicitat a més de 4.600.000 persones en Facebook. S'hi han llançat més de 20.000.000 d'impressions amb els resultats següents: 30.000 nous seguidors, 979.000 interaccions amb les publicacions, 299.000 visualitzacions de 10 segons dels vídeos i 13.000 instal·lacions de l'aplicació. En 2018 en Instagram es va aconseguir més d'1.726.000 persones. S'hi van llançar més de 3.300.000 impressions i s'hi van generar més de 121.800 interaccions.

YOUTUBE: en 2018 es van aconseguir per països els resultats següents:

- ▶ A Espanya, més d'un milió d'impressions i més de 700.000 visualitzacions.
- ▶ Al Regne Unit, més de 220.000 impressions i més de 120.000 visualitzacions.
- ▶ A França, més de 189.000 impressions i més de 112.000 visualitzacions.
- ▶ A Alemanya, més de 132.000 impressions i més de 77.000 visualitzacions.

D. Publicitat en motors de cerca (SEM) i RTB

En 2018 es va invertir en publicitat RTB i en total es van servir 7.739.715 impressions i generat 6.901 clics amb destinació al portal de la Comunitat Valenciana, igual com s'han utilitzat quatre segmentacions: *behavioural targeting* (interessos: viatges) amb una creativitat de format robapàgines i una altra de format doble robapàgines, *retargeting* amb una creativitat robapàgines i *look alike* amb una creativitat robapàgines.

Amb la inversió en motors de cerca SEM s'han generat 169.312 clics amb destinació al portal de la Comunitat Valenciana.

Per països, s'han generat 121.059 clics a Espanya, 24.437 clics al Regne Unit, 7.022 clics a França i 16.794 a Alemanya.

La inversió realitzada en programàtica RTB suposa el 15% de l'import facturat en aquesta partida i la publicitat en motors de cerca (SEM) un 85%.



9.4. COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA: PUBLICACIONS I CONTINGUT GRÀFIC

En el marc de les accions per a la comunicació de la marca Comunitat Valenciana, durant 2018, dins del programa de publicacions i material promocional s'han dut a terme diferents actuacions amb l'objectiu d'assegurar més difusió i coneixement de la imatge turística.

Per a atendre les necessitats dels serveis d'informació al visitant en destinació i promoció de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana en fires, esdeveniments i promocions tant nacionals com internacionals, s'han dut a terme les accions següents.

■ 9.4.1. Reimpressions i noves edicions

- ▶ **Mapa turístic de la Comunitat Valenciana:** per a atendre les necessitats tant en destinació com en promocions i fires, s'ha reimprès el mapa turístic de la Comunitat Valenciana en castellà i anglés. En el mapa s'assenyalen gràficament a través de símbols universals les zones de pràctica d'esports nàutics, camps de golf, castells, aeroports, balnearis, parcs naturals i oficines d'informació turística entre altres elements, així com informació pràctica per al visitant. Els textos, en castellà i anglés, ofereixen una presentació en conjunt dels atractius més destacats de la Comunitat Valenciana. En 2018 s'han editat 30.000 exemplars bilingües en castellà i anglés.
- ▶ **Plànols de la ciutat de València:** El plànol de València és una eina bàsica i necessària per al turista que arriba a la ciutat. S'hi pot trobar tota la informació de recursos turístics més destacable, com també quatre rutes que el porten a descobrir des dels monuments del centre històric o la Ciutat de les Arts i les Ciències fins a la zona marítima i el port. En 2017 s'han editat 20.000 exemplars bilingües castellà i anglés.
- ▶ **Plànols de la ciutat de València per al segment LGTBI:** En 2018, s'ha realitzat la reimpressió del plànol de València LGTBI per facilitar la informació correcta de l'oferta de la Comunitat Valenciana per al turista LGTBI. S'han editat 10.000 exemplars.
- ▶ **Catàleg d'experiències del mercat asiàtic:** Amb motiu del viatge del president de la Generalitat Valenciana a la Xina i el Japó en 2018 per a una missió institucional i promocional de l'oferta turística en aquests països es va editar un fullet destinat a divulgar l'oferta turística i experiencial de la Comunitat Valenciana per al mercat asiàtic. En aquesta primera edició s'han maquetat i se n'han imprés en format digital 150 exemplars del fullet en xinés, japonés i anglés.

► **Gala de turisme "30 anys de Palmera":** Amb motiu de la gala de turisme que se celebrà a l'Hemisfèric s'han elaborat materials commemoratius del 30é aniversari de la Palmera per distribuir-los entre els assistents. Per a fer-ho, s'han creat làmines litogràfiques i llibretes amb una reproducció d'una imatge de l'aniversari de la Palmera. Es van elaborar mil llibretes i mil làmines amb l'embalatge (tub i bossa).

► **Edició de material en francès:** amb motiu de l'acció promocional al sud de França (del 8 al 12 de novembre de 2018) realitzada en el marc d'una declaració conjunta d'intencions entre Turisme Comunitat Valenciana i el departament francès de l'Aude per a col·laborar en matèria turística, es va editar el següent material:

- Fullet *Els últims càtars*: 2.000 exemplars.
- Fullet *Territori Borja*: 2.000 exemplars.
- Fullet *Ruta del Grial*: 2.000 exemplars.
- Catàleg *Experiències*: 1.000 exemplars.

► **Nou fullet genèric de la Comunitat Valenciana:** en 2018 es va crear una nova línia de disseny de publicacions per a actualitzar la imatge i adaptar les característiques de les edicions a les noves tendències de comunicació i sostenibilitat i donar suport a les accions en els diferents mercats turístics en què participa Turisme Comunitat Valenciana; es van imprimir exemplars del catàleg genèric de la Comunitat Valenciana en sis llengües:

- Castellà: 2.500 exemplars.
- Anglès: 2.500 exemplars.
- Francès: 1.000 exemplars.
- Alemany: 1.000 exemplars.
- Flamenc: 1.000 exemplars.
- Xinès: 500 exemplars.

► **Edició de fullets d'experiències turístiques a la Comunitat Valenciana:** el Pla Operatiu de Marketing 2018 amb l'objectiu 4.1 de "posicionar i comunicar" estableix la necessitat que les experiències turístiques estiguen a la disposició del mercat perquè es puga parlar de producte turístic.

Com a resposta a aquesta necessitat es va crear el 2018 la plataforma d'experiències turístiques de la Comunitat Valenciana <<http://experienciascv.com>> que fa de base per a altres materials, com ara publicacions amb una selecció àmplia de propostes experiencials.

Aquestes publicacions organitzades per temàtiques de producte (*Mediterrani cultural*, *Mediterrani natural i rural*, *Mediterrani gastronòmic* i *Mediterrani actiu i esportiu*) donen visibilitat al portafolis de productes ampli i variat en fires nacionals i internacionals, que mostra la riquesa i la varietat de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana i que ajuda a millorar-ne el posicionament i afavoreix la desestacionalització de la demanda.

S'han imprés els materials següents:

- ▶ Mediterrani cultural: 3.000 exemplars.
- ▶ Mediterrani natural i rural: 3.000 exemplars.
- ▶ Mediterrani gastronòmic: 3.000 exemplars.
- ▶ Mediterrani actiu: 3.000 exemplars.

■ 9.4.2. Creació gràfica

- ▶ **Nou logotip institucional: Turisme Comunitat Valenciana:** La Llei 15/2018, 7 de juliol, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana té com a objectiu la promoció i l'ordenació de l'activitat turística de la Comunitat Valenciana i l'impuls d'activitats d'oci vinculades a aquesta; el foment i la modernització del sector turístic; l'impuls de l'hospitalitat com a element diferenciador en la relació entre residents i turistes, així com proporcionar un marc normatiu per a l'acció de les administracions públiques de la Comunitat Valenciana que facilite la preservació i la millora dels recursos turístics i la planificació i la vertebració en el territori:

Així, l'article dotze estableix que *"Turisme Comunitat Valenciana. L'Agència Valenciana del Turisme, entitat de dret públic, de les previstes en l'article 2.3.1. 3r i article 3.1.c, pertanyent al sector públic instrumental i integrat en el sector públic administratiu, de la Llei 1/2015, de 6 de febrer, de la Generalitat, d'hisenda pública, del sector públic instrumental i de subvencions, es denominarà Turisme Comunitat Valenciana"*.

Aquest canvi de denominació va fer necessària la creació d'una nova marca institucional representativa de Turisme Comunitat Valenciana, substituint l'anterior. Així mateix, es va crear un manual d'aplicació amb totes les adaptacions de les diverses marques institucionals i les convivències entre si, ja que aquest canvi ha afectat tots els logotips existents, papereria, etc.

El logotip turístic de la Comunitat Valenciana va ser creat en 1987 pel prestigiós dissenyador Pepe Gimeno. Després de diversos anys d'ús en diferents versions, es va fer necessària una adaptació per a ajustar-la a l'evolució dels nous suports i tendències de comunicació. Per això, en 2019, es va encarregar una actualització del logotip, així com un manual d'aplicació d'aquesta en les diferents versions, llengües i suports.

- ▶ **Disseny d'il·lustracions temàtiques:** la nova tendència del disseny actual és la representació a través d'il·lustracions tant en material gràfic com en suports de promoció. Per això, en 2018 es va adquirir una col·lecció d'il·lustracions temàtiques de diferents recursos turístics (gastronomia, golf, etc.) per a aplicar-les als diferents suports de comunicació i així crear una nova col·lecció d'articles promocionals en sintonia amb la línia actual.



- **Disseny de publicacions Comunitat Valenciana:** Turisme Comunitat Valenciana disposava d'una línia de publicacions el disseny de les quals es va dur a terme, a través d'una licitació, l'any 2009. Per això, es va considerar oportuna la renovació de la imatge gràfica de tot el material i, sobretot, l'adaptació a les noves tendències de sostenibilitat i continguts més pràctics, que permetia, d'aquesta manera, una distribució millor a un cost més reduït.

Per tot això, es va encarregar el desenvolupament d'un nou concepte creatiu basat en la imatge, així com un manual amb pautes de disseny i maquetació de les diferents publicacions temàtiques.

- **Roll up:** la publicitat gràfica està molt estesa i, per això, els *roll up* són un tipus d'expositors enrotllables per a esdeveniments, promocions o fires molt útils, lleugers i versàtils.

Com a eina promocional i per a donar suport als esdeveniments, accions, promocions, presentacions, etc. Es realitzaren un total de 37 pantalles enrotllables amb gràfiques diferents per a abastar totes les activitats: marca promocional tant en castellà com en anglès, marca institucional, *Mediterrani actiu*, *Mediterrani gastronòmic*, *Mediterrani natural*, *Mediterrani cultural*, gràfica genèrica de la Comunitat Valenciana, campanya de publicitat "Mediterrani en viu" i campanya de publicitat "Hospitalitat".

- **Fires nacionals i internacionals:** la presència de Turisme Comunitat Valenciana en les diferents fires nacionals i internacionals es basa en fotografies de caràcter turístic que realcen la imatge de la Comunitat Valenciana. Per a això, s'han dissenyat diferents gràfiques personalitzades per a cada mercat, país o producte en les diverses participacions a què s'ha acudit.

■ 9.4.3. Altres activitats

A. Marxandatge: Amb l'objectiu de reforçar l'estratègia de comunicació i el coneixement de la marca turística Comunitat Valenciana en congressos, fires i esdeveniments als quals assisteix Turisme Comunitat Valenciana. En 2018 es van produir els elements de marxandatge següents:

- Bolígrafs diversos colors pop: 10.000 unitats.
- Memòries 8 GB: 2.500 unitats.
- *Lanyards* de sublimació en color amb marcatge de marca Comunitat Valenciana: 10.000 unitats.

B. Marxandatge de la campanya "Mediterrani en Viu": dins de la campanya de publicitat i per a reforçar l'eslògan "Mediterrani en viu / Mediterranean Live" en els diferents mercats tant nacionals com internacionals s'han produït diversos articles promocionals per a distribuir-los en fires, promocions i altres accions amb presència de la Comunitat Valenciana.

Mercat nacional "Mediterrani en viu":

- ▶ Bolígrafs palmera lluminosa: 1.000 unitats.
- ▶ Gorres diversos colors: 3.000 unitats.
- ▶ Ventalls: 2.000 unitats.
- ▶ Clauer nàutic: 2.000 unitats.
- ▶ Motxilla de sublimació: 2.000 unitats.
- ▶ Llibretes quatre colors: 2.000 unitats.
- ▶ iPatch blanc/blau: 8.000 unitats.
- ▶ Bosses de paper blanques/*kraft*: 15.000 unitats.
- ▶ Bosses de cotó: 2.000 unitats.

Mercat nacional "Mediterranean Live":

- ▶ Ventalls: 1.575 unitats.
- ▶ Polseres carregador, quatre colors: 1.575 unitats.
- ▶ Bosses de roba: 1.575 unitats.
- ▶ Portatot quatre colors: 1.575 unitats.

C. Banc d'imatges turístiques

- ▶ **Cessió d'imatges per a ens públics i mitjans de comunicació:** seguint la línia de col·laboració amb agents externs. En 2018, es va prestar el servei gratuït de cessió d'imatges a organismes i empreses del sector, així com a mitjans de comunicació especialitzats en turisme, tant dins com fora d'Espanya. També s'han atés sol·licituds d'altres departaments de la Generalitat.
- ▶ **Banc d'imatges:** per a propiciar el creixement de l'activitat turística des del punt de vista del desenvolupament sostenible i potenciar les accions de promoció de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana, com també les diferents marques i productes turístics, es requereix, dins i fora de l'àmbit territorial, un banc d'imatges ampli i actualitzat.

Per això en 2018, es va ampliar la contractació de la realització de les imatges per al Banc d'Imatges de la Comunitat Valenciana amb fotos noves de destinació i recursos turístics i productes turístics i experiencials.



10. ACTIVITATS DEL PROGRAMA XARXA D'OFICINES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA: XARXA TOURIST INFO

Entre els diferents programes d'actuació del Pla operatiu de màrqueting 2018, i a l'empara del *Llibre blanc per a una nova estratègia turística de la Comunitat Valenciana*, el programa de la Xarxa Tourist Info estableix la col·laboració amb les entitats locals de la Comunitat Valenciana per a mantindre una xarxa d'oficines d'informació turística sota una mateixa imatge corporativa basada en la marca turística Comunitat Valenciana.

L'objectiu del programa **XARXA TOURIST INFO** és oferir al turista un servei d'informació i aolliment i una imatge homogènia en tot el territori a través de les oficines d'informació turística. Les oficines s'organitzen sota l'estructura corporativa de la Xarxa Tourist Info, que promou i gestiona la Generalitat a través de Turisme Comunitat Valenciana, amb oficines pròpies i de gestió local, que incideix així en la satisfacció i la fidelització del client i en la millora de la gestió turística de les destinacions.

El model de gestió es basa en serveis de qualitat, vinculats a la marca Comunitat Valenciana; en sistemes de treball i materials homologats per a tota la Xarxa i en la qualificació professional dels informadors que atenen de manera personal i directa el client durant l'estada.

En 2018, la Xarxa Tourist Info es va adscriure a l'Àrea de Màrqueting i Producte Turístic, en concret, al Servei de Producte i Territori. Aquesta integració reforça el paper de la Xarxa com a punt d'interlocució entre les administracions públiques i el teixit empresarial de la Comunitat Valenciana per a generar i promocionar productes i serveis turístics, sense deteriorar-ne la dimensió personalíssima i essencial d'atenció al turista i la tasca com a eina de màrqueting de les destinacions. Es va millorar la dinàmica de treball amb els agents turístics locals, i s'ha procurat que l'evolució cap a nous serveis s'adapten millor a un mercat més segmentat i exigent. S'ha perseverat en la integració de les tecnologies de la informació i comunicació en la gestió i els serveis d'atenció al turista d'acolliment i hospitalitat, d'acord amb els valors fonamentals de la proposta turística de la Comunitat Valenciana, amb la consolidació i la millora en la formació i la dotació d'eines corporatives.

10.1. GESTIÓ DE LA XARXA TOURIST INFO

La xarxa Tourist Info compta amb un total de cinc dependències pròpies de Turisme Comunitat Valenciana: dues dependències a la província d'Alacant (Tourist Info Alacant i Tourist Info Aeroport d'Alacant-Elx), altres dos a València i una cinquena a la província de Castelló. A més un gran nombre d'oficines municipals conveniades que integren el conjunt de la xarxa.

10.2. COBERTURA DE LA XARXA

■ 10.2.1. Cobertura jurídica: convenis

En 2018, el model de conveni Tourist Info s'ha assegut, després d'un període de revisió i adaptació al Decret 176/2014, de 10 d'octubre, del Consell, i a l'entrada en vigor de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de Règim Jurídic del Sector Públic, normes per les quals es regulen els convenis que subscriga la Generalitat i el registre d'aquests. Els canvis més importants afecten la durada, que passa a ser de quatre anys i l'obligació de publicar en els webs dels organismes que pertocaven, segons disposen els articles 9.1.c i 10.3 de la Llei 2/2015, de 2 d'abril, de la Generalitat, de transparència, bon govern i participació ciutadana de la Comunitat Valenciana.

A més, l'entrada en vigor de la Llei 40/2015, així com el Decret 176/2014, de 10 d'octubre, del Consell, obligaren a actualitzar els convenis subscrits anteriors a la seua entrada en vigor.

Com que els convenis que s'han de subscriure tenen un contingut homogeni, s'ha considerat d'interés generar un conveni model dels previstos en la disposició addicional tercera del Decret 176/2014, de 10 d'octubre, del Consell, i l'article 50, lletra a) de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre de 2015, que detalla els municipis i les mancomunitats subjectes a l'actualització del conveni Tourist Info per al desenvolupament turístic de les destinacions turístiques i, per extensió, de la Comunitat Valenciana. Aquest conveni tipus d'adhesió a la Xarxa Tourist Info està previst que estiga operatiu en 2019-2020, aplicable en 140 entitats locals de la Comunitat Valenciana.

Turisme Comunitat Valenciana ha subscrit durant 2018 els següents nou convenis d'adhesió a la Xarxa Tourist Info amb nou municipis/mancomunitats:

Província	Municipi/mancomunitat
Alacant	Monòver, Bigastro
Castelló	Atzeneta del Maestrat, Mancomunitat Espadà Millars, Culla, La Vilavella, Villahermosa del Río
València	Barx, Mancomunitat Vall d'Albaida

Turisme ha signat, a més, en 2018, un conveni amb AENA per a la renovació de la cessió de superfície i estructura modular per a l'oficina Tourist Info Aeroport d'Alacant-Elx en l'aeroport homònim.

■ 10.2.2. Cobertura territorial

En 2018 va tancar amb 23 punts d'informació temporals i 216 oficines Tourist Info en funcionament dins de la Xarxa, amb una bona presència del servei al llarg de la Comunitat Valenciana tant en destinacions de litoral, com d'interior i urbanes. Al marge de les oficines, la titularitat de les quals correspon a Turisme, les oficines Tourist Info es gestionen en col·laboració amb 163 entitats locals i, a més, l'aeroport de Castelló.

S'ha produït un increment interanual en el nombre d'oficines adscrites a la Xarxa Tourist Info de quasi un 5% en 2018 respecte a 2017.

Per províncies, el nombre d'oficines Tourist Info és el següent:

Província	Nombre d'oficines	Percentatge sobre total de la CV
Alacant	80	37,1
Castelló	61	28,2
València	75	34,7

La Xarxa Tourist Info presenta una cobertura territorial comarcal del 100% (amb presència en les 34 comarques de la Comunitat). I amb la següent desagregació:

Província d'Alacant		
Comarca	Nombre d'oficines	Percentatge sobre total de la CV
El Baix Segura	15	18,75
El Baix Vinalopó	7	8,75
El Comtat	3	3,75
El Vinalopó Mitjà	7	8,75
L'Alacantí	10	12,50
L'Alcoià	5	6,25
L'Alt Vinalopó	4	5,00
La Marina Alta	16	20,00
La Marina Baixa	13	16,25

Província de Castelló		
Comarca	Nombre d'oficines	Percentatge sobre total de la CV
L'Alt Millars	3	4,92
L'Alt Palància (Cs)	5	8,20
El Baix Maestrat	14	22,95
Els Ports	3	4,92
L'Alcalatén	2	3,28
L'Alt Maestrat	7	11,48
La Plana Alta	14	22,95
La Plana Baixa	13	21,31

Província de València		
Comarca	Nombre d'oficines	Percentatge sobre total de la CV
El Camp de Morvedre	3	4,00
El Camp de Túria	6	8,00
El Racó d'Ademús	2	2,67
La Vall de Cofrents-Aiora	4	5,33
L'Horta Nord	6	8,00
L'Horta Oest	3	4,00
L'Horta Sud	1	1,33
La Canal de Navarrés	3	4,00
La Costera	3	4,00
La Foia de Bunyol	2	2,67
La Plana d'Utiel-Requena	2	2,67
La Ribera Alta	6	8,00
La Ribera Baixa	3	4,00
La Safor	15	20,00
La Vall d'Albaida	6	8,00
La Serrania	4	5,33
València	6	8,00

Turisme Comunitat Valenciana ha incorporat durant 2018 nou oficines noves:

1. Tourist Info Bigastro (Alacant).
2. Tourist Info Monòver (Alacant).
3. Tourist Info Atzeneta del Maestrat (Castelló).
4. Tourist Info Espadà Millars (Castelló).
5. Tourist Info Culla (Castelló).
6. Tourist Info la Vilavella (Castelló).
7. Tourist Info Villahermosa del Río (Castelló).
8. Tourist Info Barx (València).
9. Tourist Info la Vall d'Albaida (València).

Turisme Comunitat Valenciana va treballar en 2018 en la modernització de la imatge i la millora de les instal·lacions de les Tourist Info. Dins de les ajudes de Turisme Comunitat Valenciana convocades per al 2018 i dirigides a les entitats locals de la Comunitat Valenciana, el programa 1 "Inversió i millora dels serveis i recursos turístics", subprograma 9 "Inversions en oficines d'informació turística adherides a la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana", que inclou com a actuacions subvencionables els projectes d'inversió en oficines d'informació turística adherides a la Xarxa Tourist Info que tinguen com a objectiu millorar els serveis del turista en la destinació a través de l'adequació, la renovació o la modernització de les seues instal·lacions, s'han considerat favorablement huit projectes (tres, a la província d'Alacant; quatre, a la província de València, i un, a la província de Castelló).

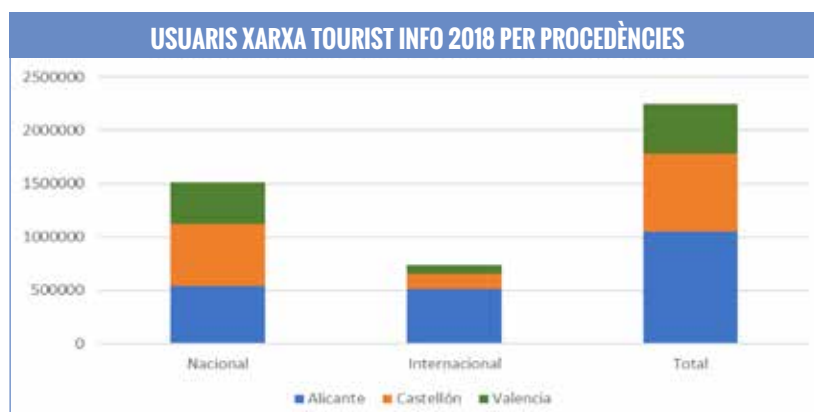
Igualment, Turisme Comunitat Valenciana ha donat suport a la prestació de serveis turístics, de manera singular en la Xarxa Tourist Info, a través del programa 2, subprograma 2.3 de les ajudes convocades per al 2018 i dirigides a les entitats locals de la Comunitat Valenciana, amb un grau de participació elevat.

Quant al model de gestió i relació interadministrativa, en 2018 Turisme Comunitat Valenciana i la Fundació Turisme València Convention Bureau de la Comunitat Valenciana segueixen col·laborant en la prestació de serveis d'informació turística i comparteixen la mateixa seu física amb la finalitat d'optimitzar els recursos per mitjà de l'autorització d'ocupació de l'oficina d'informació turística Tourist Info València-Paz a favor de la Fundació Turisme València Convention Bureau de la Comunitat Valenciana per a prestar servei d'informació turística.

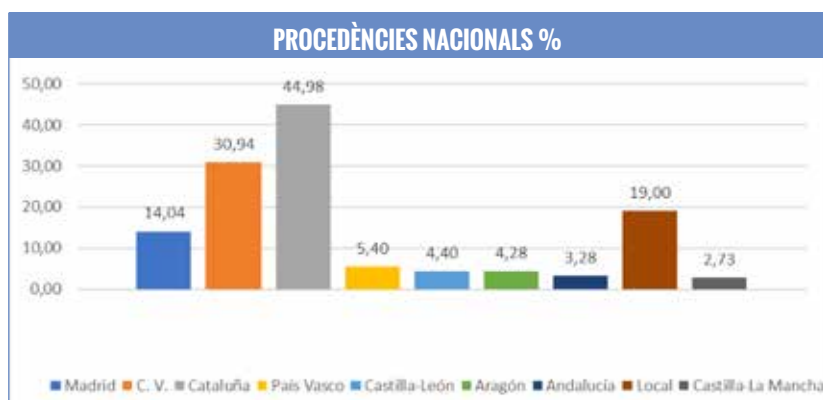
10.3. INDICADORS DE SERVEI: HOSPITALITAT

10.3.1. Indicadors quantitatius

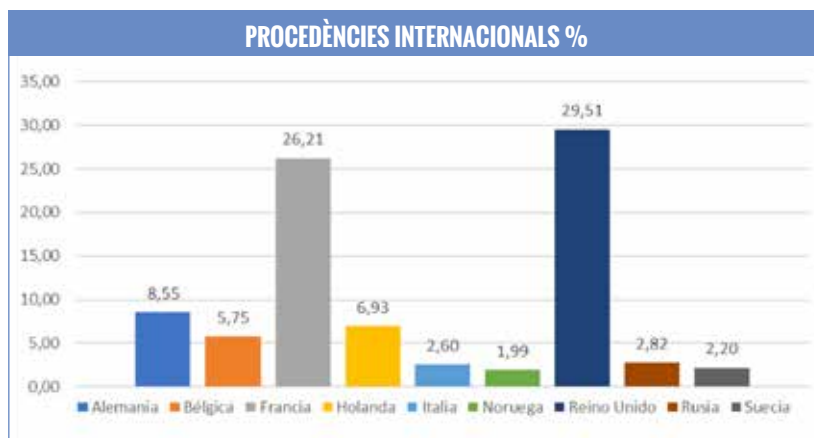
El conjunt de la Xarxa va atendre en 2018 un total de 2.365.277 de demandes d'informació en destinació, la qual cosa representa un 2,75% més que en 2017. En total, i segons el registre estadístic de la Xarxa Tourist Info, són 2.247.813 persones les que han visitat les oficines i els punts de la Xarxa. Les procedències nacionals representen el 67,31% en el conjunt. Els usuaris/viatgers internacionals acudeixen en un nombre menor a les oficines de la Xarxa, davant dels nacionals, a Castelló i València, mentre que a Alacant es reparteixen al 50%.



Font: sistema estadístic Xarxa Tourist Info. Elaboració pròpia.



Font: sistema estadístic Xarxa Tourist Info. Elaboració pròpia.



Font: Sistema estadístic Xarxa Tourist Info. Elaboració pròpia.

Les oficines Tourist Info de titularitat autonòmica, Tourist Info Castelló, València-Paz (sense dades des de juliol de 2017), Marina Reial, Alacant i Aeroport d'Alacant-Elx, van atendre en 2018 un total de 194.864 demandes d'informació en destinació. En total i segons el registre estadístic de la Xarxa Tourist Info, 137.347 persones han visitat aquestes oficines.

■ 10.3.2. Indicadors qualitatius

El procés de l'enquesta Tourist Info corresponent a l'any 2018 ha abastat tots els mesos de l'any. No obstant això, es distingeixen dos models d'enquesta:

- ▶ **Enquesta simplificada**, inclou el perfil sociodemogràfic de l'enquestat i la valoració de l'atenció rebuda. Aquesta enquesta s'emplena de gener a juny i d'octubre a desembre de l'any en curs per part de les oficines certificades en qualitat.
- ▶ **Enquesta completa o d'estiu**, en què, a més de la informació de la simplificada, s'hi han afegit dades sobre les decisions del viatge, allotjament, motivacions, etc. Aquest format d'enquesta s'aplica de juliol a setembre i correspon a la Xarxa en el conjunt dels mesos d'estiu.

En 2018 es van complir entre les dues enquestes un total de 12.923 qüestionaris.

OBJECTIUS D'INFORMACIÓ DE L'ENQUESTA TOURIST INFO

- Coneixement del perfil de l'usuari de l'oficina Tourist Info objecte de l'estudi.
- El grau de satisfacció de l'usuari de la Xarxa en la seua visita a la Comunitat Valenciana.
- Avaluació del nivell de qualitat de les oficines Tourist Info.

■ 10.3.2. Indicadors qualitatius

A. Enquesta Tourist Info de satisfacció del client d'estiu

L'enquesta Tourist Info de satisfacció del client d'estiu va processar, en 2018, un total de 7.261 qüestionaris de 121 oficines. El 63,5% del total dels enquestats eren residents a Espanya, el 35,3% eren estrangers i l'1,2% n.c. Del total d'estrangers, el 94,5% eren residents europeus i el 4,2% són residents americans.

Els resultats de l'enquesta no permeten, per la metodologia, fer-ne una extrapolació estadística al conjunt de la demanda de la Comunitat Valenciana; no obstant això, aquesta enquesta sí que resulta significativa per a l'univers de persones que visiten les oficines de la Xarxa Tourist Info.

En aquesta enquesta, la Xarxa en conjunt va registrar la satisfacció d'expectatives del client sobre l'oficina visitada amb una mitjana de 9,60 punts sobre 10 –lleugerament per damunt de 2017– i amb una mitjana de 9,49 punts sobre 10 –lleugerament per damunt de 2017– l'atenció i els serveis oferits en aquestes.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una puntuació mitjana en 2018 sobre l'atenció i els serveis oferits de 9,49 punts sobre 10.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una puntuació mitjana en 2018 sobre compliment d'expectatives de 9,60 punts sobre 10.

A més, un 49,3% –per damunt de 2017– va indicar haver visitat més d'una oficina, un signe clar de fidelitat i satisfacció del servei ofert per la Xarxa Tourist Info. Un 59,8% declara conèixer la Xarxa Tourist Info, la qual cosa significa, si s'extrapola aquest percentatge sobre el total d'usuaris de la Xarxa, 2.247.813 persones, que prop d'1.344.000 persones usuàries de la Xarxa ja la coneixien amb anterioritat.

B. Enquesta Tourist Info de satisfacció del client simplificada

D'altra banda, l'enquesta Tourist Info de satisfacció del client simplificada va processar en 2018 un total de 5.662 qüestionaris de 27 oficines. El 50% del total dels enquestats eren residents a Espanya, el 49,40% eren estrangers i el 0,60% n. c. Del total d'estrangers, el 95,49% eren residents europeus i el 3,50% eren residents americans.

En aquesta enquesta, la Xarxa en conjunt va registrar la satisfacció d'expectatives del client sobre l'oficina visitada amb una mitjana de 9,64 punts sobre 10 (lleugerament per damunt de 2017) i amb una mitjana de 9,56 sobre 10 (lleugerament per damunt de 2017) l'atenció i serveis oferits en aquestes.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una puntuació mitjana en 2017 sobre l'atenció i els serveis oferits de 9,56 punts sobre 10.

Els usuaris de la Xarxa Tourist Info atorguen una puntuació mitjana en 2017 sobre compliment d'expectatives de 9,64 punts sobre 10.

A més, un 47,37% va indicar haver visitat més d'una oficina, un signe clar de fidelitat i satisfacció del servei ofert per la Xarxa Tourist Info i un 49,66% declarà conèixer la Xarxa Tourist Info.

10.4. ORIENTACIÓ AL CLIENT: PLA DE QUALITAT

A través del Pla de qualitat es fomenta la cultura de l'excel·lència entre els tècnics i els informadors turístics i s'impulsa la implantació de sistemes d'assegurament de la qualitat, alhora que es treballen també aspectes mediambientals, d'accessibilitat universal i de qualitat total en destinació (SICTED).

La Xarxa disposa d'oficines certificades segons les normes UNE/ISO següents:

- ▶ Norma UNE-ISO 14785, oficines d'informació turística Q.
- ▶ Norma UNE-EN ISO 9001, sistemes de gestió de la qualitat.
- ▶ Norma UNE-EN ISO 14001, sistemes de gestió ambiental.
- ▶ Norma UNE 170001, accessibilitat.

D'altra banda, la Xarxa disposa d'oficines distingides amb el Sistema de Qualitat Integral en Destinacions. La Comunitat Valenciana tancà 2018 amb 77 certificacions o distincions de qualitat. Al llarg de 2018 es van superar de manera satisfactòria 77 proves d'auditoria externa o avaluació: 28 certificades amb la Q de Qualitat Turística; 7 oficines van fer l'avaluació de l'ISO 9001; 1 oficina la de la norma ISO 14001 (gestió mediambiental); 1 va ser distingida amb l'UNE 17001 d'accessibilitat integral i 40 oficines amb el Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions (SICTED).

	Q	SICTED	ISO 9001	ISO 14001	UNE 170001	TOTAL
Alacant	10	20	1	0	0	31
Castelló	9	7	0	1	0	17
València	9	13	6	0	1	29
TOTALS	28	40	7	1	1	77

Segons les dades que publica l'ICTE (Institut de Qualitat Turística d'Espanya), la Comunitat Valenciana és la segona comunitat autònoma amb més nombre d'oficines certificades amb la Q i oficines distingides en el SICTED.

Comité de Qualitat: Turisme Comunitat Valenciana ofereix a les administracions locals, a través de mitjans propis, assessorament i assistència per als processos d'implantació dels sistemes (formació, auditories internes, sistemes de documentació, seguiment, eines informàtiques corporatives), entre les quals destaca un fòrum comú per a la millora contínua i la innovació: el Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info, conformat per totes les oficines certificades i en vies de certificació de la Xarxa.

En 2018 es van celebrar dues reunions del Comité:

- ▶ 24a reunió del Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info en format virtual, Invat-tur, Benidorm, 14 de juny de 2018.
- ▶ 25a reunió del Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info, durant les XVII Jornades de la Xarxa celebrades a Manises i Riba-roja, 28 de novembre de 2018.

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

A més de l'assistència en matèria de qualitat que ofereixen directament els coordinadors, es va donar suport tècnic directe a les entitats locals i les oficines que ho van requerir a través dels coordinadors territorials i el personal de la unitat: formació a mida, solució d'incidències, organització de trobades, valoració i propostes de millora del servei, procediments de treball, maneig d'eines, etc.

Així mateix, les oficines pròpies de Turisme Comunitat Valenciana, emplaçades a les capitals de província han donat suport informatiu a altres serveis d'informació turística a la seua província i han cobert les destinacions que no disposen d'oficina pròpia a través de generació de continguts en el portal turístic de la Comunitat Valenciana, bases de dades, etc.

En 2018 es van registrar 230 accions d'assistència tècnica i coordinació amb desplaçament dels coordinadors i personal propi en les tres províncies fins a les destinacions. Això significa que més de la meitat dels dies hàbils de l'any s'ha prestat *in situ* una assistència tècnica a la Xarxa. Aquestes activitats es desglossen com es mostra:

- ▶ Visites tècniques, auditories, assistència a oficines, etc.: 117
- ▶ Substitucions de personal (d'Alacant a l'aeroport): 40
- ▶ Presentacions, actes, reunions del sector, etc.: 24
- ▶ Cursos i motius diversos: 49

Finalment, en 2018 s'han atés 323 peticions massives de material turístic imprés per a distribuir-lo en congressos, esdeveniments, reunions i establiments turístics. També es va col·laborar a distribuir, entre les oficines de la Xarxa Tourist Info, el material imprés editat per altres entitats, establiments i associacions de caràcter turístic.

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

Les oficines Tourist Info pròpies van rebre en 2018 un total de catorze alumnes en pràctiques procedents de diferents centres públics de formació professional (mòdul de Comercialització i Promoció Turística) i universitats valencianes (graus de Turisme, Traducció i Interpretació, Estudis Anglesos i Comerç Exterior). Aquests alumnes van fer al voltant de 4.000 hores de pràctiques curriculars.

Els alumnes que duen a terme aquestes pràctiques participen en les tasques bàsiques als centres on estan destinats i reben, a través del personal del Servei i dels cursos del Pla de formació, coneixements per a la seua capacitat professional com a informadors o tècnics, segons la destinació.

És una eina de difusió potent de la Xarxa entre els futurs professionals del turisme, tant universitaris com de Formació Professional.

Es van fer, a més, diferents visites guiades per a alumnes nacionals i internacionals a les Tourist Info sol·licitades, on se'n va explicar la gestió, les eines de treball, els sistemes de qualitat, els serveis al turista, etc.

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

Per a garantir al visitant la millor estada, el servei s'ha d'orientar estratègicament a la satisfacció i la fidelització del turista a través de l'hospitalitat i l'excel·lència. Per això, la qualitat i la professionalitat dels recursos humans són dos paràmetres permanents per a reforçar la tasca que du a terme la Xarxa Tourist Info i, en última instància, optimitzar el consum turístic i dinamitzar la despesa en destinació.

Les estratègies de màrqueting de Turisme estableixen línies d'actuació per a aconseguir l'excel·lència en l'atenció al client, a través del Pla de qualitat ja esmentat i del Programa de formació de la Xarxa Tourist Info.

En col·laboració amb empreses, administracions turístiques i altres entitats, en 2018 es van organitzar 18 jornades formatives, amb un total de 107 hores de durada i una participació de 450 assistents. Les activitats es van dur a terme sota diferents formats com viatges de familiarització, jornades de destinació, presentacions de productes, cursos, trobades, tallers, etc., amb l'objectiu sempre de reforçar les tècniques professionals del personal de frontera i mantindre al dia el seu coneixement de l'oferta. D'altra banda, gràcies la cobertura de la Xarxa de CdT, s'aconsegueix acostar la formació a les oficines, de manera que es poden fer més edicions del mateix curs per província.

Entre els viatges de familiarització fets, cal destacar els de destinació a la Canal de Navarrés, Montanejos, Catí i la Vall de Pop; els de producte, a Elda i Petrer, Almoradí, l'Oceanogràfic, el Club Temps en les tres províncies i turisme accessible. Així mateix, s'han desenvolupat accions formatives tecnològiques.

Quant a continguts competencials, s'ha treballat la gestió de qualitat, les tecnologies i la creació de productes entre altres matèries, continguts dirigits a tècnics i informadors turístics de la Xarxa.

El novembre de 2018 es van convocar, en col·laboració amb els ajuntaments de Manises i Riba-roja, les XVII Jornades de la Xarxa Tourist Info. En aquesta edició es van reunir més de 100 informadors i tècnics municipals de 74 destinacions. Durant dos dies, els informadors van poder conèixer de primera mà el model turístic de les dues ciutats, el seu patrimoni, cultura i gastronomia, així com la presentació del programa "CreaTurisme" de Turisme Comunitat Valenciana.

10.8. SISTEMES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

Inclouen de manera sistemàtica la informació actualitzada de l'oferta turística amb un objectiu doble: integrar tecnològicament la informació generada pels diferents actors de la destinació en un sol contenidor i difondre l'oferta turística al llarg de totes les oficines de la Xarxa per mitjà d'eines tecnològiques i procediments corporatius.

WINSITUR i MANTUR (bases de dades de l'oferta turística). Tenien a desembre de 2018 27.294 registres –un 1,5% més que en 2017–, dels quals, els corresponents a l'oferta complementària es mantenen de manera descentralitzada des de les oficines, amb la supervisió de les oficines pròpies. No es tenen dades del conjunt de la Xarxa. Com a exemple, assenyalar que les oficines Tourist Info Alacant i Tourist Info Aeroport d'Alacant-Elx van realitzar entre les dues un total de 6.678 modificacions/validacions de la base de dades Winsitur en 2018, un 4,1% més que en 2017.

- ▶ Agenda Tourist Info (portal turístic *comunitatvalenciana.com*): les oficines publiquen i actualitzen diàriament en internet informació sobre els esdeveniments culturals i d'oci que se celebren en les destinacions. Es tracta d'un contingut amb un nivell de demanda alt. No es tenen dades del conjunt de la Xarxa. Com a exemple, assenyalar que l'oficina Tourist Info Alacant va publicar 245 pàgines web en 2018.
- ▶ Xarxes socials: L'activitat virtual de les oficines en Facebook i en altres canals facilita la relació amb el turista i el sector empresarial.

En 2018 es continuà consolidant la presència en xarxes socials i potenciant la participació de les oficines pròpies, amb els seus perfils propis, com també de les oficines conveniades que n'augmenten la presència en altres canals com Twitter, Instagram i YouTube, entre d'altres.

- ▶ Pàgina de Tourist Info Alacant en Facebook: 2.581 seguidors (un increment de l'11% respecte a l'any anterior).
- ▶ Pàgina de Tourist Info Castelló en Facebook: 4.972 seguidors (un increment del 10% respecte a l'any anterior).
- ▶ Pàgina de la Xarxa Tourist Info: 4.867 seguidors (un increment del 2% respecte a l'any anterior).

10.9. PROJECTES D'INNOVACIÓ

Turisme Comunitat Valenciana treballa conjuntament amb les entitats locals en la modernització de les oficines i en l'impuls de nous serveis que acosten la Xarxa Tourist Info a les exigències de la informació turística del segle XXI: la tematització d'oficines, les xarxes socials com a nous canals per a oferir informació al client en totes les fases del viatge, un nombre creixent d'oficines que ofereixen connexió wifi gratuïta als turistes, integració de codis QR per a accedir a la descàrrega de fullets o aplicacions turístiques, o les vora trenta oficines que disposen de suport de màrqueting dinàmic com pantalles tàctils 24 h o pantalles per a la difusió d'informació.

Durant 2018 s'han promogut diversos projectes d'innovació per al conjunt de la Xarxa gràcies a la combinació d'elements tecnològics i serveis nous per als usuaris de les oficines Tourist Info, com també amb la convocatòria la II edició del Premi a la Innovació en la Xarxa Tourist Info.

■ 10.9.1. Premi a la Innovació de la Xarxa Tourist Info 2018

El Premi a la Innovació Xarxa Tourist Info reconeix, en la prestació de l'activitat habitual de l'oficina Tourist Info, la introducció d'una novetat en serveis, productes, procediments o instal·lacions, dirigida als turistes i que supose una atenció millor per a aquests.

Els criteris de valoració objectius es van estructurar en quatre grans apartats:

- ▶ Valors de la iniciativa: creativitat, hospitalitat, accessibilitat, sostenibilitat i excel·lència.
- ▶ Creació de noves eines i/o canals d'atenció al turista a través de suports tecnològics i altres mitjans, adaptats a la informació turística en destinació i a l'ús en l'oficina Tourist Info.
- ▶ Generació de nous serveis i/o productes que es puguin prestar en l'oficina Tourist Info.
- ▶ Grau d'adaptabilitat al conjunt d'oficines de la Xarxa Tourist Info.

En atenció a aquests criteris, es va proclamar a l'oficina Tourist Info Vall de Pop, amb el seu projecte "VadeSentits", guanyadora del II Premi a la Innovació en la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana.

El projecte guanyador representa una proposta en què es reforcen els valors d'hospitalitat, creativitat i sostenibilitat amb la interpretació i la reivindicació del valor del patrimoni unit a experiències sensorials. Es desenvolupa en un àmbit territorial ampli i inclou elements tecnològics. També es valora de manera singular el grau d'adaptabilitat del projecte al conjunt de la Xarxa Tourist Info.

- ▶ Experiència sensorial a través dels cinc sentits del patrimoni natural i cultural.
- ▶ Museïtzació del territori en un dispositiu mòbil sense la necessitat de crear una gran infraestructura.
- ▶ L'experiència es pot sentir de manera individual amb un telèfon intel·ligent o en grup amb una guia especialitzada que ofereix l'experiència sensorial.

Així mateix, vist l'alt nivell aconseguit per les propostes presentades en l'edició 2018, es va acordar atorgar l'accèssit previst en la base 7a de la convocatòria del premi a Tourist Info Benidorm Centre i Tourist Info València Ajuntament, guanyadores *ex aequo* de l'accèssit del II Premi a la Innovació en la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana.

Els projectes als quals s'atorga l'accèssit representen una proposta en què es reforça el compromís d'hospitalitat amb la millora d'accessibilitat en tots els nivells i la generació de serveis nous que oferisquen més satisfacció als visitants.

- ▶ Espais i serveis: Dispositiu wifi gratuït, videomosaic, gestor de cues, estació de càrrega de mòbils per als visitants, tauleta de valoració del nivell de satisfacció de visitant i sala de descans i consulta per al turista.
- ▶ Accessibilitat: Plànols de tacte i visuals en format A3, punt d'informació tàtil: quiosc interactiu adaptat a persones amb diversitat funcional, l'aplicació Map's Voice i plànols tàctils.

■ 10.9.2. Nous productes i serveis

En 2018 es van ampliar les novetats introduïdes en 2017, com ara sistemes de missatgeria instantània, amb un increment interanual de 21 punts percentuals de consultes en 2018 respecte a 2017, i Tourist Info Kids, entre d'altres.

A més, es van reforçar altres línies en 2018:

- ▶ Generació de nous productes turístics, de la mà de l'avanç tecnològic i la calidesa en l'atenció personal.
- ▶ Participació en projectes d'intel·ligència turística.
- ▶ Zones d'acolliment i serveis singulars per a turistes que viatgen en família, amb necessitats especials o amb mascotes, entre d'altres.
- ▶ Accessibilitat de les oficines Tourist Info i de la informació disponible.

10.10. FOMENT DE L'HOSPITALITAT TURÍSTICA

Tota l'activitat de la Xarxa Tourist Info es desenvolupa seguint paràmetres d'hospitalitat, acolliment i atenció personalitzada.

Ciudadans i turistes de la Comunitat Valenciana van celebrar el Dia Mundial del Turisme 2018 i van participar amb les oficines de la Xarxa Tourist Info en les nombroses activitats que es van organitzar al llarg de tota la Comunitat Valenciana amb un tema comú: "El turisme sostenible com a instrument del desenvolupament".

Turisme va impulsar aquest programa de portes obertes dins de la campanya "Sigues turista en la teua ciutat. Turisme som tots, tot és turisme", per a sensibilitzar les instàncies decisòries dels sectors públic i privat, i el públic en general, respecte a la contribució del turisme sostenible al desenvolupament, alhora que es mobilitzen tots els interessats perquè treballen junts amb la finalitat de fer del turisme un catalitzador de canvi de model econòmic i de benestar social.

10.11. LA XARXA TOURIST INFO 2018 EN XIFRES

Cobertura territorial	163 entitats locals adherides 216 oficines Tourist Info 23 punts d'informació turística 9 noves oficines Tourist Info en 2018
Indicadors de servei quantitatius	2.247.813 persones ateses en la Xarxa en 2018 Nacionals: 1.513.125 Internacionals: 734.688
Indicadors de servei qualitatiu	12.923 enquestes de satisfacció emplenades en la Xarxa Tourist Info
Enquesta Tourist Info estiu	7.261 enquestes de satisfacció emplenades en la Xarxa Tourist Info 121 oficines participants 9,49 punts sobre 10 de mitjana de valoració dels serveis oficines 9,60 punts sobre 10 de mitjana en compliment d'expectatives oficines
Enquesta Tourist Info simplificada	5.662 qüestionaris emplenats 27 oficines participants (oficines certificades o amb distinció de qualitat) 9,56 punts sobre 10 de mitjana de valoració dels serveis d'oficines 9,64 punts sobre 10 de mitjana en compliment d'expectatives d'oficines
Orientació al client: Pla de qualitat	77 certificacions o distintius de qualitat 28 certificacions UNE-ISO 14785 -Q- 7 certificacions ISO 9001 1 certificació ISO 14001 1 certificació UNE 170001 40 distintius SICTED
Assistència a destinacions de la coordinació de la Xarxa	117 accions d'assistència tècnica in situ
Col·laboració amb centres formatius d'oficines pròpies	14 alumnes en pràctiques de graus d'universitats públiques i/o IES de mòduls de Formació Professional 4.000 hores de pràctiques curriculars
Pla de formació Xarxa Tourist Info	18 jornades formatives, incloses les XVI Jornades de la Xarxa Tourist Info, Elx 2017 107 hores de formació 450 participants entre tècnics i informadors de la Xarxa
Sistemes informació turística WIN-SITUR	27.294 registres 6.678 modificacions/validacions Winsitur/Mantur
Projectes d'innovació	II Premi a la Innovació en la Xarxa Tourist Info: Premi. Tourist Info Vall de Pop Accèssits: Tourist Info Benidorm Centre, Tourist Info València Ajuntament Zones d'acolliment i serveis singulars Accessibilitat oficines Tourist Info

Aquest informe de gestió recull la
Memòria d'activitat de
Turisme Comunitat Valenciana
corresponent a
l'exercici 2018.

FRANCESC COLOMER SÁNCHEZ

President de Turisme Comunitat Valenciana

Juny 2019



GENERALITAT
VALENCIANA



TURISME
GENERALITAT VALENCIANA