

AGÈNCIA VALENCIANA DEL TURISME



INFORME DE GESTIÓ 2016



CONTINGUT

l'Agència Valenciana del Turisme compleix els seus objectius mitjançant l'execució d'una gran varietat d'activitats que formen les seues línies d'actuació i que repercuteixen directament en el sector turístic de la Comunitat Valenciana, per la qual cosa el contingut d'aquesta **memòria de gestió de 2016** recull totes aquestes accions concretes executades al llarg d'enguany en cada una d'aquestes **ACTIVITATS** que constitueixen el seu objecte:

1. ACTIVITATS DEL SERVEI D'ORDENACIÓ I TRAMITACIÓ TURÍSTICA

1.1. NORMATIVA

1.1.1. Avantprojecte de la Llei de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana

1.1.2. Iniciació dels tràmits per a l'adaptació del Decret 20/1997, pel qual s'aprova el Reglament d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana, a l'article 163 del Reial decret legislatiu 1/2007, pel qual s'aprova el text refós de la Llei general per a la defensa dels consumidors i usuaris i altres lleis complementàries

1.1.3. Tramitació de l'esborrany del Decret del president de la Generalitat pel qual s'estableixen els distintius corresponents a les empreses i establiments turístics de la Comunitat Valenciana

1.1.4. Resolució de delegació d'atribucions en els caps dels serveis territorials de Turisme

1.1.5. Harmonització normativa. Grup de treball

1.2. REGISTRE D'EMPRESES

1.3. GESTIÓ DE PROCEDIMENTS ESPECIALS

1.3.1. Actualització Registre Empreses Turístiques de Serveis Complementaris

1.3.2. Accessibilitat

1.3.3. Declaracions d'interés comunitari (DICS)

1.4. TRAMITACIÓ DE RECURSOS

1.5. NOVES TECNOLOGIES APLICADES A LA TRAMITACIÓ TURÍSTICA

1.5.1. Gestió del Programa IMI

1.5.2. Tramitació telemàtica

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

1.5.4. Actualització d'aplicacions informàtiques

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

1.6. PROFESSIONS TURÍSTIQUES. GUIES DE TURISME

1.6.1. Renovacions d'acreditacions

1.6.2. Elaboració de base de dades

1.7. ASSISTÈNCIA A ASSOCIACIONS PROFESSIONALS I EMPRESES RELACIONADES

1.7.1. Agències de viatges, modificació del Decret 20/1997, d'11 de febrer

1.7.2. Guies de Turisme

1.7.3. Publicacions

2. ACTIVITATS DEL SERVEI D'ASSISTÈNCIA I INSPECCIÓ TURÍSTICA

2.1. PREVENCIÓ I PROTECCIÓ CONTRA INCENDIS

2.2. CONTROL COMPLIMENT NORMATIVA TURÍSTICA

2.2.1. Gestió de reclamacions i inspecció

2.2.2. Activitats contra l'intrusisme

2.2.3. Plans d'inspecció

2.2.4. Tramitació d'expedients sancionadors i recursos

2.3. DECLARACIONS D'INTERÉS TURÍSTIC

2.3.1. Festes d'interés turístic AUTONÒMIC

2.3.2. Festes d'interés turístic PROVINCIAL

2.3.3. Festes d'interés turístic LOCAL

2.4. DECLARACIONS DE MUNICIPI TURÍSTIC

2.5. PLANS DE COMPETITIVITAT TURÍSTICA

3. ACTIVITATS DEL SERVEI DE DESENVOLUPAMENT I PLANIFICACIÓ TURÍSTICA

3.1. ACCIONS DE CONSOLIDACIÓ DE L'EXCEL·LÈNCIA I DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE DEL TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

3.1.1. Programa extensió del sistema integral de qualitat turística en destinacions (SICTED) Comunitat Valenciana 2012-2016

3.1.2. Programa consolidació i promoció de *QUALITUR CLUB*

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

3.1.4. Projectes específics

3.2. ACCIONS DE SUPORT A LES DESTINACIONS TURÍSTIQUES

3.2.1. Programes d'ajudes dirigides a entitats locals de la Comunitat Valenciana

3.2.2. Programes d'ajuda a empreses turístiques de la Comunitat Valenciana

3.2.3. Programa d'ajudes dirigides a la celebració en la Comunitat Valenciana d'activitats esportives i culturals

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

3.3.1. Programa estadístic

A. Fonts pròpies

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

B.1. Col·laboració amb Turespaña

B.2. Col·laboració amb l'INE

B.3. Col·laboració amb la Direcció General d'Economia

C. Altres fonts

3.3.2. Operacions en el marc del Pla valencià d'estadística 2007-2010 (prorrogat)

3.3.3. Sistema d'informació turística de la Comunitat Valenciana (TURPENTAHO)

3.4. CENTRE DE DOCUMENTACIÓ

3.5. ESTUDIS I INVESTIGACIÓ

3.5.1. Estudis realitzats en 2016

3.5.2. Altres activitats de difusió

3.6. TRANSFERÈNCIA DE CONEIXEMENT

3.6.1. XVIII Fòrum Internacional de Turisme de Benidorm i 7é Concurs d'Idees Pedro Zaragoza.

3.6.2. XIX Congrés Internacional de Turisme Universitat i Empresa

3.6.3. Curs de Turisme Cultural

3.6.4. Papers de Turisme

3.7. ACCIONS DE SUPORT A LES ACTUACIONS DE POLÍTICA TURÍSTICA

3.7.1. Suport tècnic a la Presidència i Direcció de l'Agència

3.7.2. Premis Turisme Comunitat Valenciana

4. ACTIVITATS DEL SERVEI D'INFRAESTRUCTURES TURÍSTIQUES

4.1. INFRAESTRUCTURES DE LITORAL

4.2. INFRESTRUCTURAS DE CdT I ALTRES ACTUACIONS

4.3. SENYALITZACIÓ TURÍSTICA

4.4. PIP: PROGRAMA SUPORT A LA INVERSIÓ PRODUCTIVA

4.5. ACTUACIONS EN CENTRES BTT

4.6. ASSESSORAMENT I INFORMACIÓ TÈCNICA

5. ACTIVITATS DEL SERVEI D'INNOVACIÓ I RELACIÓ AMB LES UNIVERSITATS

5.1. ACCIONS D'INNOVACIÓ TURÍSTICA – INVAT·TUR

5.1.1. INTEL·LIGÈNCIA competitiva i vigilància tecnològica

5.1.2. SUPORT a l'emprenedoria en TURISME – INVAT·TUR EMPRÉN

5.1.3. PROJECTES I+D+I

5.1.4. Laboratori de cuina

5.1.5. Comunicació i transferència de resultats

5.2. ACCIONS DE RELACIÓ AMB LES UNIVERSITATS

6. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE FORMACIÓ I ACCELERACIÓ EMPRESARIAL

6.1. FORMACIÓ

6.1.1. QUALIFICACIÓ Contínua

6.1.2. FORMACIÓ per a l'Ocupació

6.1.3. CdTJOBS: Portal d'Ocupació Turística

6.1.4. Canal CdT TELEVISIÓ

6.1.5. SUPORT a iniciatives de promoció i difusió

6.2. PROGRAMA ACCETUR: ACCELERADOR EMPRESARIAL I DE L'ACCÉS D'EMPRENEDORS AL MERCAT DEL TURISME

7. ACTIVITATS DEL SERVEI DE PROMOCIÓ I PRODUCTE

7.1. ACTUACIONS DIRIGIDES A PÚBLIC FINAL I A PROFESSIONALS DEL SECTOR

7.2. ACTUACIONS GENÈRIQUES DE PRODUCTE

7.3. ACTUACIONS DE PROMOCIÓ EN LÍNIA EN MERCATS EMISSORS (DIGITAL MÀRQUETING)

7.4. TURISME CULTURAL I RUTES TURÍSTIQUES

7.4.1. Col·laboració en festivals i esdeveniments

7.4.2.

7.4.3. Ruta dels Borja

7.4.4. Ruta del Grial

7.5. TURISME FAMILIAR

7.5.1. Fira FITUR: difusió d'oferta i reunions de treball

7.5.2. Jornada "Oportunitats de negoci turístic: el turisme familiar, especial referència al mercat francès"

7.5.3. FAM TRIP orientat a producte de turisme familiar

7.5.4. FAM TRIP producte per a Xarxa Tourist-Info de la Comunitat Valenciana

7.6. TURISME NÀUTIC I BUSSEIG

7.6.1. Promoció mitjançant assistència a fires especialitzades

7.6.2. Jornades de treball i difusió del producte

7.6.3. Publicacions per a la promoció turística

7.7. TURISME ACTIU

7.7.1. Turisme eqüestre

7.7.2. Cicloturisme i centres BTT

7.8. MEDITERRANI RURAL: TURISME D'INTERIOR I DE NATURALES

7.8.1. Estratègia de creació de producte

7.8.2. Productes relacionats amb l'ecoturisme

A. Turisme ornitològic

B. Astroturisme

7.8.3. Productes relacionats amb el desenvolupament rural i la gastronomia

A. Agroturisme i pescaturisme

B. Oleoturisme

7.8.4. Productes relacionats amb la interpretació patrimonial a través de rutes

A. Camins de dinosaures. Turisme paleontològic

B. Ruta dels Últims Càtars

C. Xarxa de centres d'art contemporani en l'entorn rural de la Comunitat Valenciana

7.8.5. Club de producte Temps

7.9. TURISME D'INCENTIUS, REUNIONS, CONGRESSOS I ESDEVENIMENTS (MICE)

7.10. TURISME DE GOLF

7.10.1. Fires i tornejos

7.10.2. Viatges familiarització i premsa

7.10.3. Altres accions

7.11. TURISME ACCESSIBLE

7.12. TURISME LGBTI

7.13. TURISME LUXE

8. ACTIVITATS DEL SERVEI DE MÀRQUETING EN LÍNIA, COMUNICACIÓ I INFORMÀTICA TURÍSTICA

8.1. REALITZACIÓ DE CAMPANYES I ACTUACIONS DE PUBLICITAT

- 8.1.1.** Creativitat Mediterrani en viu
- 8.1.2.** Campanya de publicitat nacional 2016-2017
- 8.1.3.** Campanya final d'any i reforç Fitur-2016
- 8.1.4.** Insercions publicitàries
- 8.1.5.** Audiovisuals i suport a promoció en adaptacions gràfiques

8.2. COL·LABORACIÓ EN LA PROMOCIÓ DE PRODUCTES, DESTINACIONS I EN L'EXECUCIÓ D'ACTUACIONS DE MÀRQUETING EN MERCATS D'INTERÉS PRIORITARI

8.3. MÀRQUETING EN LÍNIA

- 8.3.1.** Portal turístic comunitatvalenciana.com
- 8.3.2.** Xarxa de blogs
- 8.3.3.** Vídeo màrqueting i altres desenvolupaments
- 8.3.4.** E-marketing, campanya de comunicació global
- 8.3.5.** Gestió de xarxes socials

8.4. CRM

8.5. ACCIONS FORA DE CAMPANYA

- 8.5.1.** Campanya nacional de col·laboració amb OTA
- 8.5.2.** Col·laboració amb bloggers turístics
- 8.5.3.** Col·laboració amb bloggers: accessibilitat

8.6. TRAVEL OPEN APPS 2016

8.7. COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA: PUBLICACIONS I CONTINGUT GRÀFIC

- 8.7.1.** Reimpressions i noves edicions
- 8.7.2.** Creació gràfica
- 8.7.3.** Altres activitats
 - A.** Marxandatge
 - B.** Banc d'imatges turístiques

9. ACTIVITATS PROGRAMA XARXA D'OFICINES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

9.1. COBERTURA DE LA XARXA I INDICADORS DE SERVEI

9.2. ORIENTACIÓ AL CLIENT: EL PLA DE QUALITAT

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

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

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

9.6. SISTEMES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

9.7. PROJECTES D'INNOVACIÓ

9.8. FOMENT DE L'HOSPITALITAT TURÍSTICA

1. ACTIVITATS DEL SERVEI D'ORDENACIÓ I TRAMITACIÓ TURÍSTICA

1.1. NORMATIVA

1.1.1. Avantprojecte de la Llei, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana.

Durant 2016 s'ha elaborat l'esborrany de l'avantprojecte de la Llei de turisme, oci i hospitalitat que substituirà la vigent Llei de turisme de la Comunitat Valenciana de 21 de maig de 1998, i s'ha sotmés al tràmit d'informació pública.

La futura llei s'elabora amb l'objecte de regular i impulsar:

- La promoció i l'ordenació de l'activitat turística de la Comunitat Valenciana i l'impuls d'activitats d'oci vinculades a aquella.
- El foment i la modernització del sector.
- L'hospitalitat com a element diferenciador en la relació entre residents i turistes.
- El règim sancionador aplicable.

Tot això tenint en compte:

- Un marc normatiu que propicie que les administracions públiques promoguen la preservació i millora dels recursos turístics i la seua planificació i vertebració al territori.
- Nous fenòmens, com l'economia col·laborativa, les noves tecnologies, les xarxes socials i la seua influència en el consumidor o la gestió intel·ligent de les destinacions.
- El medi ambient, la història, la cultura, les tradicions, el territori i el paisatge de la Comunitat Valenciana.
- Els principis del codi ètic del turisme.

L'esborrany de la nova llei preveu i impulsa la gestió col·laborativa i coresponsable, imposa compromisos d'actuació per a la Generalitat i preveu òrgans per a la coordinació de l'acció turística i la participació ciutadana en l'acció pública. Declara el territori de la Comunitat Valenciana "actiu turístic" i el considera l'element essencial que sosté els seus components d'excel·lència, claus de la competitivitat turística a través de la seua posada en valor. Conté i regula accions bàsiques per a impulsar la competitivitat turística i els principis bàsics d'ordenació del sector, incloent-hi el règim sancionador si és el cas aplicable.

En definitiva, l'oci com a vivència lúdica; l'hospitalitat com a actitud conciliadora d'expectatives; l'ètica com a conjunt de principis i d'actuacions públiques i privades vinculades al sector; la governança turística com a guia per al desenvolupament econòmic, social i institucional; el territori i el paisatge com a element essencial del desenvolupament del turisme a la Comunitat; i els compromisos de sostenibilitat,

seguretat, competitivitat, qualitat, agilitat, transparència i participació i coresponsabilitat en la gestió turística, estaran presents en el sector tan prompte com l'esborrany es convertisca en llei, una vegada finalitzada la corresponent tramitació parlamentària.

1.1.2. Iniciació dels tràmits per a l'adaptació del Decret 20/1997, pel qual s'aprova el Reglament d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana, a l'article 163 del Reial decret legislatiu 1/2007, pel qual s'aprova el text refós de la Llei general per a la defensa dels consumidors i usuaris i altres lleis complementàries.

El sector de les agències de viatges, part essencial de l'engranatge turístic, s'ha vist i es veu afectat pels constants canvis de la realitat social i econòmica i pels avanços tecnològics que influeixen decisivament en la configuració i pràctiques utilitzades pels qui organitzen i venen serveis turístics.

Les 884 agències de viatges que, amb seu a la Comunitat Valenciana, ofereixen i venen viatges combinats, vacances combinades i circuits combinats, representen una part significativa del mercat dels viatges, mercat que cada vegada evoluciona més ràpidament en haver-se convertit Internet en un mitjà cada vegada més important de comercialització de serveis de viatge. En l'actualitat, els serveis de viatge no sols es combinen en forma de viatges combinats preestablits tradicionals, sinó que ben sovint es combinen a mida.

D'altra banda, des que l'any 1990 la Unió Europea va dictar una directiva reguladora dels viatges combinats, els països integrants de la Unió han legislat per a garantir no sols la protecció dels usuaris turístics que contracten viatges, sinó també l'eliminació dels obstacles per als empresaris que desitgen desenvolupar activitats transfrontereres.

No obstant això, després dels esforços realitzats pels estats en aquest sentit, la diversitat de legislacions ha impulsat a la Unió Europea a dictar una nova directiva, la Directiva 2015/2302, del Parlament Europeu i del Consell, que no sols modifica el règim de protecció i de garanties del consumidor, augmentant-les, sinó que incorpora la regulació d'una nova forma de comercialització de serveis turístics, realitzada fonamentalment per Internet, on l'usuari directament selecciona els serveis que desitja i que aquesta directiva denomina, "serveis de viatge vinculats".

Aquesta nova directiva, reguladora dels viatges combinats i dels serveis de viatge vinculats, concedeix als estats, responsables de la incorporació al dret intern del seu contingut, un ampli termini, fins a juliol de 2018, per a dictar totes les disposicions que siguen necessàries per a complir el que en aquesta s'estableix.

No obstant aquest ampli termini, un dels punts de la mencionada directiva, concretament el relatiu a la protecció davant de la insolvència del prestador del servei, va ser incorporat al dret espanyol mitjançant la modificació de l'article **163** de l'Estatut dels consumidors, legislació aquesta que, pel seu caràcter bàsic, ha de complir-se en tot el territori espanyol i, per tant, a la Comunitat Valenciana.

Per tot això, en l'àmbit de la Conferència Sectorial de Turisme es va constituir un **grup de treball** específic, als efectes d'**harmonitzar les regulacions autonòmiques en matèria de**

viatges combinats, per la incidència que pot tindre als efectes del compliment del principi d'eficàcia en tot el territori nacional i de la no exigència de garantia o assegurança addicional als subscrits en una altra comunitat autònoma amb caràcter equivalent.

En la **Mesa de directors generals de Turisme** s'ha **consensuat un text** en relació amb la garantia que els organitzadors i els detallistes de viatges combinats estan obligats a constituir, amb caràcter previ a l'exercici de la seua activitat, i mantindre de manera permanent per a **respondre** amb caràcter general del compliment **de les obligacions derivades de la prestació dels seus serveis** davant dels contractants d'un viatge combinat i, especialment, en cas d'**insolvència**, del reembossament efectiu de tots els pagaments realitzats pels viatgers o per un tercer en nom seu, en la mesura que no s'hagen prestat els serveis corresponents i, en el cas que s'incloga transport, de la **repatriació** efectiva d'aquests, sense perjudici que es puga oferir la continuació del viatge.

Això ha motivat que s'hagen iniciat durant 2016 els estudis necessaris per a modificar el Decret 20/1997, d'11 de febrer, pel qual s'aprova el Reglament d'agències de viatges de la Comunitat Valenciana.

1.1.3. Tramitació de l'esborrany del Decret del president de la Generalitat pel qual s'estableixen els distintius corresponents a les empreses i establiments turístics de la Comunitat Valenciana.

Durant 2016, i com a conseqüència de la nova configuració del Consell de la Generalitat i de l'assignació de competències entre els seus membres, es va tramitar mitjançant un decret del president de la Generalitat, la modificació de l'Ordre 2/2010, de 29 de març, de la Conselleria de Turisme, per la qual s'estableixen els distintius corresponents a les empreses i als establiments turístics de la Comunitat Valenciana.

Els distintius tindran un disseny i imatge que facilitarà la identificació del tipus d'empresa i establiment, satisfent així les expectatives dels agents del sector. I tot això perquè la regulació de bona part del sector d'allotjament, acordada en els últims anys, introdueix noves figures i classificacions que no podien identificar-se per ser posteriors a l'Ordre de l'any 2010, vigent en l'actualitat i que el nou decret del president substituirà.

El projecte de decret en síntesi, suposa:

- A-** La creació de tres nous distintius per a allotjament urbà o allotjament de ciutat, Àrees de pernocta en trànsit per a autocaravanes i turisme actiu.
- B-** La modificació del distintiu dels càmpings introduint les estrelles (5, 4, 3, 2 i 1 estrela) desapareixent la denominació de gran confort, primera i segona.
- C-** La incorporació en el distintiu de les cases rurals, de les estrelles en color verd en la part superior, i si és el cas la menció luxe.
- D-** La incorporació en el distintiu d'hotels i hotels apartament, del qualificatiu gran luxe o superior.
- E-** La desaparició de les estrelles en el distintiu per a hostals.
- F-** La desaparició de la modalitat d'hotels residència, hotels apartament residència i hostals residència.

L'exhibició dels distintius serà obligatòria, al costat de l'entrada principal, per a empreses i establiments, amb l'excepció dels bars –per als quals l'exhibició és voluntària– i dels habitatges turístics, que podran optar entre exhibir-lo en l'interior o en l'exterior de l'habitatge.

Actualment el mencionat decret es troba pendent de firma i publicació en el DOCV.

1.1.4. Resolució de delegació d'atribucions als caps dels serveis territorials de Turisme.

A fi d'actuar amb el major grau possible d'eficàcia, agilitat i racionalització administrativa, mitjançant una resolució de 29 de novembre de 2016 es van delegar als caps dels serveis territorials de València, Castelló i Alacant, en el territori de la seua respectiva província, les funcions atribuïdes a la directora general de Turisme respecte de la facultat de resoldre els expedients de baixa i cancel·lació d'inscripció de les empreses i establiments turístics en el Registre General d'Empreses, Establiments i Professions Turístiques de la Comunitat Valenciana.

1.1.5. Harmonització normativa. Grup de treball.

En aplicació dels mandats de la Llei 20/2013, de garantia de la unitat de mercat (LGUM), i com a resultat dels acords de la Conferència Sectorial de Turisme i meses de directors generals de Turisme, es van constituir grups de treball per a aconseguir l'harmonització normativa en diferents àrees sectorials. Durant 2016, es van reunir els **grups de treball** de les àrees de: agències de viatges; habitatges d'ús turístic i guies de turisme.

1.2. REGISTRE D'EMPRESES

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

TIPUS D'EMPRESA TURÍSTICA	NÚM.
Establiments hotelers	63
Càmpings i àrees de pernocta	7
Empreses turístiques de serveis complementaris	51
Restauració	1132
Turisme actiu	71
Allotjaments turístics rurals	100
Blocs i conjunts d'habitatges turístics	6
Empreses gestores d'habitatges turístics	201
Habitatges turístics	12.848
Agències de viatges	219

Després del compliment del termini d'adaptació a què es refereix la disposició transitòria única del Decret 6/2015, de 23 de gener, del Consell, regulador dels càmpings i de les àrees de pernocta en trànsit per a autocaravanes de la Comunitat Valenciana i del Decret 75/2015, de 15 de maig, del Consell regulador dels establiments hotelers de la Comunitat

Valenciana, s'han realitzat les reclassificacions d'ofici dels establiments inscrits i dels establiments els titulars dels quals han comunicat que s'han adaptat a aquesta norma, amb el detall següent:

ESTABLIMENTS RECLASSIFICATS	NÚM.
Establiments hotelers	1031
Càmpings	114

1.3. GESTIÓ DE PROCEDIMENTS ESPECIALS

1.3.1. ACTUALITZACIÓ del registre d'empreses turístiques de serveis complementaris

Durant 2016 s'ha continuat amb el procés d'informatització de la inscripció de les empreses turístiques de serveis complementaris, amb els tràmits d'audiència previs de confirmació de dades amb els titulars de les dites empreses.

Igualment es procedeix al disseny d'una nova aplicació a través de la plataforma MASTIN, dels circuits necessaris per a la inscripció d'aquestes empreses.

1.3.2. Accessibilitat

Amb l'objectiu final d'anar aconseguint **una oferta turística competitiva i adaptada** a persones amb diversitat funcional que permeta al sector accedir a aquest mercat, es realitzen les actuacions de comprovació de la disponibilitat d'instal·lacions i serveis accessibles que figuren a continuació, dins del concepte global de COMUNITAT VALENCIANA: TURISME PER A TOTS.

Les **auditories** de comprovació realitzades en els **allotjaments turístics** durant l'exercici **2016** són les següents:

TIPUS D'EMPRESA TURÍSTICA	NÚM.
Establiments hotelers auditats	145
Establiments hotelers adaptats	35
Establiments hotelers practicables (amb necessitat d'acompanyant)	52
Allotjaments rurals auditats	3
Allotjaments de ciutat auditats	1
Càmpings auditats	3
Càmpings de turisme adaptats	7
Restaurants auditats	-
Habitatges turístics	1

1.3.3. Declaracions d'Interés Comunitari (DIC)

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 2016, a la Comunitat Valenciana s'han tramitat **66 sol·licituds d'informes** sobre Declaració o Exempció de Declaració d'Interés Comunitari.

INFORMES DE DIC	NÚM.
Declaracions d'Interés Comunitari	31
Exempcions de Declaració d'Interés Comunitari	35

1.4. TRAMITACIÓ DE RECURSOS

De conformitat amb la Llei 30/1992, de 26 de novembre, de règim jurídic de les administracions públiques i del procediment administratiu comú s'han tramitat i resolt els recursos següents:

RECURSOS	NÚM.
Recursos d'alçada	13
Recurs potestatiu de reposició	1
Recurs extraordinari de revisió	1

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 desenvolupada per la Comissió Europea, per a l'intercanvi d'informació entre les autoritats competents dels estat membres, a fi de 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 determinada activitat, si un document ha sigut realment expedit per una autoritat competent, etc.

Amb la seua gestió es dona compliment de 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.

EXPEDIENTS DE CONSULTA	NÚM.
Agències de viatges	2
Guies de turisme	6

1.5.2. Tramitació telemàtica.

En 2016 s'han rebut, via telemàtica, un total de **594 sol·licituds de tramitació** efectuades

pels usuaris que han utilitzat aquest servei de simplificació administrativa, la qual cosa ha suposat un notable increment (al voltant d'un 315%) en el volum de sol·licituds telemàtiques presentades respecte de l'any 2015 (143), que es distribueixen segons la seua tipologia de la manera següent:

TIPUS DE TRAMITACIÓ TELEMÀTICA	NÚM.
Establiments hotelers	21
Agències de viatges	8
Establiments de restauració	174
Empreses gestores d'habitatges turístics	25
Empreses de turisme actiu	21
Establiments d'allotjament rural	4
Activitat d'habitatges turístics	321
Càmpings	2
Empreses turístiques de serveis complementaris	6
Reclamacions a empreses turístiques	12

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 d'ús d'habitatges turístics per a les empreses gestores.

Durant 2016, s'han comptabilitzat les següents inscripcions en la plataforma:

EMPRESSES GESTORES	NÚM.
Altes	191

HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC	NÚM.
Altes	7.169
Baixes	2.205

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 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

l'Agència Valenciana del Turisme té a disposició dels usuaris la web institucional per la

qual, a través del correu electrònic contacta_turisme@gva.es es reben consultes, peticions i sol·licituds d'informació sobre aplicació de les normes del sector turístic. Les consultes rebudes per aquesta via sobre la normativa turística són:

CONSULTES REBUDES	NÚM.
EMPRESSES TURÍSTIQUES	294
PROFESSIONS TURÍSTIQUES GUIES DE TURISME	32

1.6. PROFESSIONS TURÍSTIQUES. GUIES DE TURISME.

1.6.1. Renovacions d'acreditacions.

D'acord amb 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 haurà de renovar-se, en tot cas, cada cinc anys comptats des de la seua obtenció i, també, sempre que varie qualsevol dada de les que continga. Durant 2016 s'han realitzat **91 renovacions**.

1.6.2. Elaboració de base de dades.

S'ha elaborat una base de dades amb les consultes referents a la pròxima convocatòria de proves d'habilitació de guies de turisme.

1.7. ASSISTÈNCIA A ASSOCIACIONS PROFESSIONALS I EMPRESSES RELACIONADES

1.7.1. Agències de viatges, modificació Decret 20/1997, d'11 de febrer:

Durant 2016 s'han mantingut reunions amb el sector valencià d'agències de viatges per a trobar una fórmula que, sense perjudicar els seus interessos, permeta complir les modificacions introduïdes en l'article 163 del Reial decret legislatiu 1/2007, pel qual s'aprova el text refós de la Llei general per a la defensa dels consumidors i usuaris i a les que es deriven de la incorporació al dret intern espanyol del contingut de la Directiva 2015/2302 del Parlament Europeu i del Consell relativa als viatges combinats i als serveis de viatge vinculats.

1.7.2. Guies de turisme:

Durant 2016 també s'han mantingut reunions amb l'**Associació de Guies Oficials de la Comunitat Valenciana**, integrada per representants de València, Castelló i Alacant, amb l'objecte de tractar la compartida preocupació per l'intrusisme en l'activitat i el desig de l'Associació de col·laborar amb l'Administració turística en la convocatòria de proves d'habilitació de guies de turisme de la Comunitat Valenciana.

1.7.3. Publicacions:

En 2016 es van publicar **4 noves guies** amb l'objectiu de difondre la normativa turística d'aplicació a la Comunitat Valenciana.

I es van editar exemplars dels decrets consignats a continuació, després de la publicació en anys anteriors dels textos consolidats corresponents en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*:

- **Decret 22/2012**, de 27 de gener, del Consell, regulador del turisme actiu a la Comunitat Valenciana.
- **Decret 184/2014**, de 31 d'octubre, del Consell, regulador de l'allotjament turístic rural en l'interior de la Comunitat Valenciana.
- **Decret 75/2015**, de 15 de maig, del Consell, regulador dels establiments hotelers de la Comunitat Valenciana.

2. ACTIVITATS DEL SERVEI D'ASSISTÈNCIA I INSPECCIÓ TURÍSTICA

2.1. PREVENCIÓ I PROTECCIÓ CONTRA INCENDIS

- **Decret 92/2009**, de 3 de juliol, del Consell, pel qual s'aprova el reglament regulador dels habitatges turístics denominats apartaments, vil·les, xalets, bungalows i semblants, i de les empreses gestores, persones jurídiques o físiques, dedicades a la cessió del seu ús i gaudi, en l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana.

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 durant 2016 32 visites en tota la Comunitat Valenciana, segons el detall següent:

TIPUS INSPECCIÓ	Alacant	Castelló	València	Total
Inspeccions incendis favorables	4	7	7	18
Inspeccions incendis no favorables	8	6	0	14
Total	12	13	7	32

En 2016 s'ha continuat la campanya d'inspecció en matèria de prevenció i protecció contra incendis en els establiments d'allotjament turístic, transcorreguts cinc anys des dels primers dictàmens positius, s'ha comprovat per la inspecció realitzada pels enginyers habilitats que els establiments mantenen en ordre les mesures de seguretat contra incendis, tant del conjunt d'instal·lacions tècniques en l'edifici, com del seu manteniment i disponibilitat permanent, així com del seu maneig, formació i organització del seu personal.

La gestió del programa consisteix en la realització de visites d'inspecció pels esmentats enginyers habilitats ordenades des del servei d'assistència i inspecció turística amb la finalitat de garantir la seguretat de les persones com a objectiu de l'Administració turística a través de certificació d'acreditació favorable.

En un futur, es preveu traslladar la responsabilitat del compliment de la normativa vigent en matèria de seguretat als responsables de les empreses i administracions competents per raó de la matèria.

2.2. CONTROL COMPLIMENT NORMATIVA TURÍSTICA

2.2.1. Gestió de reclamacions i inspecció.

Amb l'objectiu d'eleva la qualitat de l'oferta existent assegurant l'esmena de les possibles deficiències o irregularitats que puguen sorgir, així com garantir l'adequat compliment de les obligacions amb els usuaris i detectar les activitats que operen en la clandestinitat, durant l'exercici 2016 s'han realitzat les accions següents:

- Inspeccions: respecte a l'activitat inspectora, s'han realitzat 2.377 actuacions, que s'han repartit com s'indica a continuació: a Alacant 704 (Benidorm inclòs), a Castelló 775 i a València 898.
- Gestió de reclamacions: s'han rebut i tramitat 1.246 reclamacions d'usuaris turístics amb el desglossament següent: a Alacant 554 (Benidorm inclòs) a València 425 i a Castelló 267.

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 la millora de la qualitat i els serveis que 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 aquelles destinades a garantir la qualitat dels serveis que es presten i dels drets dels usuaris turístics, junt amb el control i informació per al turistes

En aquest sentit, al febrer de 2016, es van iniciar actuacions de caràcter disciplinari que van derivar en la incoació de 24 expedients sancionadors a 8 plataformes d'Internet que comercialitzen habitatges turístics.

Resultat de les dites actuacions ha sigut la col·laboració per part de diverses plataformes en manifestar la voluntat per complir la normativa autonòmica que obligava a publicitar el número d'inscripció de l'habitatge en els portals, iniciant canvis tècnics corresponents per a donar correcte compliment en els seus respectives webs.

L'Administració va valorar positivament aquesta nova línia d'actuació, i va procedir a l'arxiu dels expedients sancionadors. No obstant això, es va comprovar per la inspecció turística que altres plataformes continuaven actuant sense complir el que estableix la Llei 3/98 de turisme, i per tant davant de la dita omisió, qualificada com a falta molt greu de l'article 52.5 de la llei, el passat mes de juny de 2016 es va procedir a incoar **tres** expedients sancionadors a les plataformes **d'Internet HomeAway, Niumba i Milanuncios**, per no publicitar en les seues pàgines web els números de registre dels habitatges turístics que comercialitzen. El 31 de desembre de 2016 cada un dels expedients es trobava en distintes fases del procediment administratiu.

Addicionalment s'han iniciat al desembre 2016 quatre nous expedients sancionadors a les plataformes d'Internet següents: **Airbnb, Fotoalquiler, Rentalia i Yaencontre-Jahetrobat**.

2.2.3. Plans d'inspecció

Des dels serveis centrals anualment es dissenyen els “plans d'inspecció” d'acord amb les necessitats de cada activitat turística i els recursos personals disponibles, i 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, una general dirigida a elaboració d'informes, alçament d'actes i comprovació de reclamacions; i una altra amb actuacions concretes dissenyades per a sectors d'activitat específics, que s'executen de manera coordinada en les tres províncies de la Comunitat.

Campanya d'estiu 2016.

La campanya d'estiu dirigida a la lluita contra l'intrusisme en habitatges turístics s'ha realitzat amb total normalitat, destacant la bona col·laboració amb la policia autonòmica. Com a novetat, 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-, mantenint l'estreta coordinació amb la inspecció turística adscrita als serveis territorials de turisme.

Va comprendre els mesos de **juliol, agost i 1a quinzena setembre 2016** i d'aquesta es desprén el treball conjunt de la policia autonòmica i dels inspectors de turisme que obté els resultats quant a visites, actes i informes següents:

	NÚM. VISITES	NÚM. ACTES	NÚM. INFORMES
PROVÍNCIA ALACANT	5.536	29	26
PROVÍNCIA CASTELLÓ	447	13	33
PROVÍNCIA VALÈNCIA	3.743	13	86

És destacable l'esforç realitzat al llarg de les campanyes estivals, que han portat a obtenir els següents resultats globals anuals de les altes en habitatges turístics en el període **2014-2016**:

	2014	2015	2016	TOTAL
PROVÍNCIA ALACANT	2.303	3.578	7.010	12.891
PROVÍNCIA CASTELLÓ	803	1.852	2.658	5.313
PROVÍNCIA VALÈNCIA	747	955	3.180	4.882
TOTAL	3.853	6.385	12.848	23.086

2.2.4. Tramitació d'expedients sancionadors i recursos

El nombre d'expedients sancionadors gestionats en 2016 a la Comunitat Valenciana són 164, dels quals 54 corresponen a Alacant; 42 a Castelló i 68 a València.

S'han presentat i resolt d'acord amb l'article 121 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques, 11 recursos administratius d'alçada, dels quals 6 corresponen a Alacant; 2 a Castelló i 3 a València.

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 2016 s'han realitzat 8 declaracions de festes d'interés turístic, de les quals, 3 són festes d'interés turístic autonòmic, 3 són festes d'interés turístic provincial i 2 són festes d'interés turístic local.

2.3.1. Festes d'interés turístic AUTONÒMIC

1. **“La trencada de l'hora” de l'Alcora (Castelló).** Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de l'Agència Valenciana del Turisme, de data 26 de febrer de 2016 (DOCV 04/03/2016).
2. **“Primer tall de la mel” d'Ayora (València).** Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de l'Agència Valenciana del Turisme, de data de 29 de març de 2016 (DOCV 30/05/2016).
3. **“Festes de moros i cristians” d'IBI (Alacant).** Declarada festa d'interés turístic autonòmic de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de l'Agència Valenciana del Turisme, de data 19 de maig de 2016 (DOCV 14/06/2016).

2.3.2. Festes d'interés turístic PROVINCIAL

1. **“La Puríssima” d'Ontinyent (València).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de l'Agència Valenciana del Turisme, de data 25 de gener de 2016 (DOCV de 02/02/2016).
2. **“Festes patronals de la Mare de Déu de l'Assumpció” d'Ayora (València).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de l'Agència Valenciana del Turisme, de data de 28 de juliol de 2016 (DOCV de 02/08/2016).
3. **“Sant Antoni del porquet” de Relleu (Alacant).** Declarada festa d'interés turístic provincial de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de l'Agència Valenciana del Turisme, de data de 17 de setembre de 2016 (DOCV 24/11/2016).

2.3.3. Festes d'interés turístic LOCAL

1. **“Moros i cristians” Alzira (València).** Declarada festa d'interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de l'Agència

Valenciana del Turisme, de data de 9 de setembre de 2016 (DOCV 14/09/2016).

2. **“Setmana Santa” Catral (Alacant)**. Declarada festa d’interés turístic local de la Comunitat Valenciana per Resolució del secretari autonòmic de l’Agència Valenciana del Turisme, de data de 28 de juliol de 2016 (DOCV 23/08/2016).

2.4. DECLARACIONS DE MUNICIPI TURÍSTIC

Durant l’any 2016 s’han declarat els següents **6** municipis com a “municipi **turístic**” a través del **Decret 50/2016 de 29 d’abril, del Consell (DOCV de 5 de maig de 2016)**:

- **Argelita,**
- **Atzeneta del Maestrat**
- **Cervera del Maestre**
- **Fanzara**
- **Gestalgar**
- **Torralba del Pinar**

D’altra banda, s’han gestionat **7 declaracions provisionals**, per als municipis de:

1. **Llutxent**, per Resolució del secretari autonòmic de l’Agència Valenciana del Turisme, de data 26/04/2016 (DOGV 09-05-2016).
2. **Torres Torres**, per Resolució del secretari autonòmic de l’Agència Valenciana del Turisme, de data 26/04/2016 (DOGV 06-05-2016).
3. **Bolbaite**, per Resolució del secretari autonòmic de l’Agència Valenciana del Turisme, de data 12/05/2016 (DOGV 08-06-2016).
4. **Quart de Poblet**, per Resolució del secretari autonòmic de l’Agència Valenciana del Turisme, de data 15/06/2016 (DOGV 08-07-2016).
5. **Rossell**, per Resolució del secretari autonòmic de l’Agència Valenciana del Turisme, de data 20/07/2016 (DOGV 01-08-2016).
6. **Fontanars dels Alforins**, per Resolució del secretari autonòmic de l’Agència Valenciana del Turisme, de data 04/09/2016 (DOGV 28/10/2016).
7. **Sant Joan de Moro**, per Resolució del secretari autonòmic de l’Agència Valenciana del Turisme, de data 21/10/2016 E(DOGV 23/11/2016).

Aquests municipis estan a l’espera de la seua declaració definitiva, com a “municipi turístic”.

2.5. PLANS DE COMPETITIVITAT TURÍSTICA

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

Amb aquesta finalitat, la Generalitat, a través de l’Agència Valenciana del Turisme, llança la iniciativa dels plans de competitivitat turística de les destinacions de la Comunitat Valenciana, oberts a distintes fórmules de col·laboració publicoprivada amb les diputacions provincials, ens locals i les associacions empresarials del sector turístic.

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

El desenvolupament dels plans de competitivitat turística 2016 s'ha articulat a través de la firma d'un protocol general de col·laboració, amb un àmbit temporal de 3 anys, entre l'Agència Valenciana del Turisme, les diputacions provincials, les mancomunitats i les associacions empresarials turístiques, i un posterior conveni de col·laboració anual.

El cost dels plans de competitivitat turística es finança a parts iguals per les administracions firmants: Agència Valenciana del Turisme, diputacions provincials i les mancomunitats o associacions intervinents.

A aquest efecte el pressupost de l'Agència València del Turisme per a 2016 incloïa les quantitats necessàries per al desenvolupament dels següents plans:

ALACANT:	Mancomunitat l'Alcoià i el Comtat Mancomunitat Intermunicipal Vall de Pop Mancomunitat Intermunicipal de la Vall del Vinalopó
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 Mancomunitat de la Ribera Baixa

Durant 2016 **només** es van firmar els 7 convenis de col·laboració corresponents a les províncies de Castelló i València, per al desenvolupament dels plans de competitivitat turística de distintes mancomunitats i associacions que van dur a terme les actuacions següents:

PROVÍNCIA DE CASTELLÓ:

MANCOMUNITAT INTERMUNICIPAL ALT PALÀNCIA

S'ha desenvolupat un pla d'interpretació i senyalització turística de l'Alt Palància, el disseny d'una estratègia de productes turístics (recursos/productes vinculats a cada municipi) així com un pla de comunicació i posicionament d'aquests: fullets, campanyes de comunicació TV, subministrament d'un banc d'imatges fotogràfic, espot promocional, audiovisual immersiu *fulldome* i sistema de projecció *fulldome*. Per una altre costat s'ha implementat un pla per a posar en valor l'oferta d'esdeveniments agroalimentaris i artesanals de la zona, s'ha dissenyat la imatge de marca i desenvolupat un suport web del portal de la Mancomunitat, multidispositiu i multilingüe, tot això gestionat per una gerència professional.

MANCOMUNITAT ESPADÀ MILLARS

Les actuacions han anat encaminades a vertebrar els recursos turístics dels municipis a través de la xarxa de sendes, a fi d'incloure-les en la xarxa de sendes de la Comunitat Valenciana, i crear una senda de gran recorregut que oferisca una ruta circular entre els 15 municipis de la Mancomunitat: s'ha adequat, senyalitzat i homologat la xarxa de sendes així com les àrees recreatives i els accessos a fonts naturals. Per a això s'ha adquirit la maquinària necessària per a realitzar les tasques de desbrossament i neteja de vegetació.

MANCOMUNITAT COMARCAL ELS PORTS

Les actuacions han consistit en la creació de la imatge corporativa turística comarcal i el seu logotip; s'han creat 11 imatges de productes lligades a la imatge genèrica, i s'ha creat una plataforma en línia de comercialització de productes i serveis; s'ha desenvolupat un projecte de rutes comarcals temàtiques (senderistes, btt, cicloturistes, temàtiques històriques i monumentals) i s'han senyalitzat; s'han adequat entorns naturals i turístics de cada municipi i s'han realitzat accions de promoció, tot això gestionat per una gerència professional.

ASSOCIACIÓ INTERMUNICIPAL CATÍ, CULLA, BENASSAL I ARES DEL MAESTRAT

L'actuació principal ha consistit en la redacció d'un pla estratègic d'excel·lència turística. Paral·lelament s'han desenvolupat diverses actuacions encaminades a promocionar el llegat històric (Fira a Catí peraires, Fira d'oficis...) i el patrimoni arquitectònic, junt amb una oferta lúdica: actuacions musicals, tallers per a xiquets... S'ha fet promoció i publicitat de les distintes activitats i s'han condicionat distints edificis emblemàtics: la llotja de Catí, la presó de Culla...

PROVÍNCIA DE VALÈNCIA:

MANCOMUNITAT ALT TÚRIA

Les actuacions dutes a terme han consistit en la creació de la imatge corporativa, l'elaboració d'un pla de màrqueting i de comercialització i l'elaboració de material divulgatiu i promocional amb campanyes de comunicació, subministrament d'un banc d'imatges fotogràfic, espot promocional, etc.; s'ha desenvolupat un pla d'adequació, millora i difusió de la xarxa de sendes de l'Alt Túria, elaborant la maqueta, a escala real, d'un dinosaure i, finalment, s'ha participat en esdeveniments promocionals, tot això desenvolupat per una gerència professional.

MANCOMUNITAT DE LA RIBERA BAIXA

S'han realitzat actuacions dirigides a la rehabilitació del patrimoni, com la rehabilitació de part del molí de Montsalvà i la restauració d'alguna de les seues peces; s'ha editat material divulgatiu i promocional: fullets de senderisme, de gastronomia, una guia general de la comarca i una virtual de festes; s'ha fet difusió de la Mancomunitat en mitjans especialitzats i s'ha actualitzat la pàgina web, i traduït la guia virtual a l'anglès.

MANCOMUNITAT DE MUNICIPIIS DE LA VALL D'ALBAIDA

S'ha dut a terme el disseny de la marca institucional i turística de la Mancomunitat així com el manual d'identitat corporativa; s'ha desenvolupat un projecte de disseny, senyalització i creació d'una xarxa de cicloturisme comarcal, s'ha adquirit divers material informàtic, audiovisual i tecnològic que facilite la dinamització de l'activitat turística de la

comarca i s'ha senyalitzat la Ruta de Jaume I- Senda morisca: es tracta d'una ruta autoguiada concebuda per a ser recorreguda a peu, bicicleta o cotxe, s'han elaborat els continguts i s'han realitzat el disseny i maquetació dels suports de difusió (disseny del logo de la ruta, topologia, guia de visita, suport web, app i creació del màrqueting de continguts), tot això desenvolupat per una gerència professional.

3. ACTIVITATS DEL SERVEI DE DESENVOLUPAMENT I PLANIFICACIÓ TURÍSTICA

3.1. ACCIONS DE CONSOLIDACIÓ DE L'EXCEL·LÈNCIA I DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE DEL TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

La difusió de la cultura de l'excel·lència i d'un comportament respectuós i sensible amb el medi ambient, s'instrumentalitza a través del Programa Qualitur. Les actuacions desenvolupades en el marc d'aquest programa es contextualitzen en el Pla estratègic global del turisme de la Comunitat Valenciana 2010-2020.

Qualitur reforça les línies d'actuació en matèria de modernització empresarial i especialment en la certificació de sistemes de gestió de la qualitat, medi ambient i accessibilitat. Les actuacions realitzades al llarg de 2016 es concreten principalment en els programes següents:

- d'extensió del sistema Integral de qualitat turística en destinacions (SICTED) Comunitat Valenciana 2012-2016.
- de Programa consolidació i promoció de Qualitur club
- d'impuls a la normalització i certificació en el sector turístic
- d'altres projectes específics

3.1.1. Programa d'extensió del sistema integral de qualitat turística en destinacions (SICTED) Comunitat Valenciana 2012-2016.

El SICTED, metodologia de la Secretaria d'Estat de Turisme, té com a objectiu homogeneïtzar els nivells de qualitat en els serveis que es presten al turista/visitant en una destinació turística.

La Comunitat Valenciana va llançar el projecte l'any 2012, després de la firma d'un conveni de col·laboració entre l'Agència i la Secretaria d'Estat de Turisme, pel qual aquesta cedia la metodologia per a la seua extensió a la Comunitat Valenciana, sense assignació pressupostària i amb quatre anys de vigència. El 20 de juliol de 2016 es va procedir a la firma d'un nou conveni de les mateixes característiques.

Per a la implantació del projecte, l'Agència Valenciana del Turisme va firmar el 12 de juliol de 2016 un conveni de col·laboració amb el Consell de Cambres de Comerç, Indústria, Serveis i Navegació de la Comunitat Valenciana, pel qual aquest i les cinc entitats camerals prestaven l'assistència tècnica necessària perquè les empreses i entitats de destinacions SICTED pogueren obtenir el distintiu de Compromís de Qualitat Turística.

Al llarg de 2016 les accions desenvolupades en el marc d'aquest programa han sigut:

- Reunions amb els representants institucionals de les destinacions SICTED per a donar-los a conèixer el SICTED i explicar si és el cas els passos que s'ha de seguir per a la continuïtat del projecte.
- Suport en el llançament del SICTED en les destinacions participants, mitjançant l'assistència a les jornades de sensibilització, i concretament a les destinacions de Gandia, Xàtiva i Villena, adherits enguany.
- Dotació de recursos tècnics i econòmics a través del conveni anual subscrit amb el Consell de Cambres, perquè les destinacions SICTED puguin implantar la metodologia en els serveis turístics de cada una d'elles.
- Participació com a vocals en les meses de qualitat creades en les 24 destinacions SICTED CV per a proposar les empreses/entitats a distingir.
- Participació en els actes d'entrega de distintius que es realitzen en els municipis.
- Coordinació amb la Secretaria d'Estat de Turisme per a representar els interessos de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana en el marc del projecte.

Adicionalment en l'exercici 2016 es va realitzar per primera vegada el Fòrum Interdestinacions CV, amb l'objectiu de crear una xarxa de gestors i generar sinergies entre les 24 destinacions.

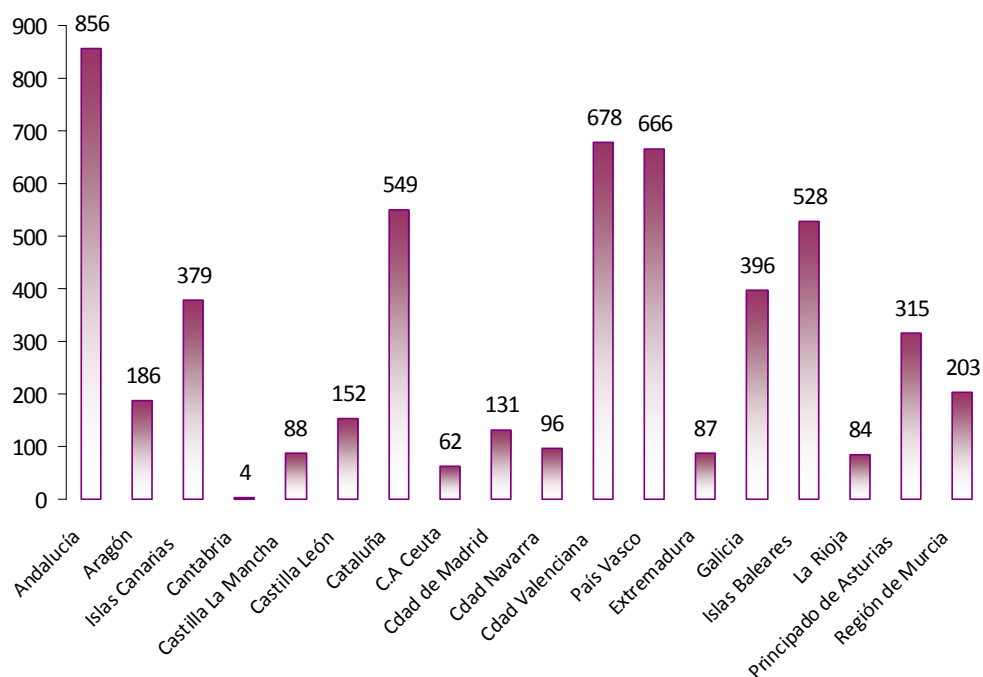
En el marc del projecte i als efectes d'incrementar la visibilitat de la marca Compromís Qualitat Turística es van produir suports audiovisuals per a difondre la imatge de qualitat en les destinacions SICTED de la Comunitat Valenciana.

Posicionament del projecte:

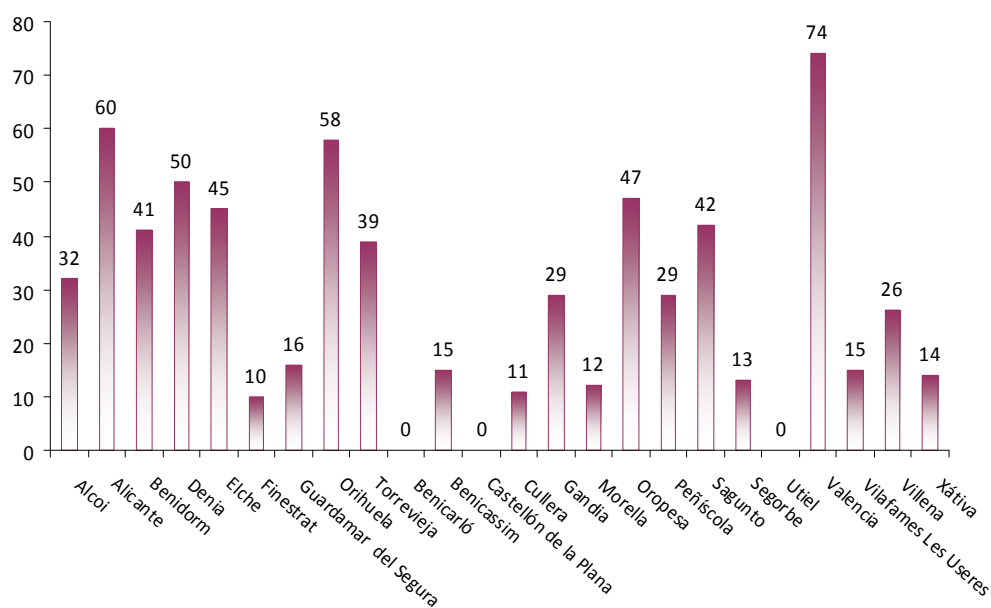
Atenent les xifres, cal assenyalar que l'evolució del projecte ha sigut més que satisfactòria, ja que l'exercici 2016 es va tancar amb 24 destinacions SICTED i 678 distingits que posiciona la Comunitat Valenciana a nivell nacional com la 2a destinació espanyola en nombre de distingits després d'Andalusia, la qual cosa representa el 12,34 % del total nacional i experimenta un creixement de 25,78 % respecte a l'any anterior.

Per destinacions destaquen les ciutats de València i Alacant en nombre de distingits. Cal destacar les destinacions de Gandia, Xàtiva i Villena, les quals van obtindre els primers distintius en 2016, així com el premi que recentment la Secretaria d'Estat de Turisme va concedir a Alcoi pel millor projecte de millora a nivell nacional, basat en noves tecnologies.

Gràfic: Distribució del nombre de distingits a nivell nacional



Gràfic: Distribució del nombre de distingits per destinacions SICTED de la CV



Gràfic: Evolució anual de destinacions SICTED d'entitats distingides a la Comunitat Valenciana

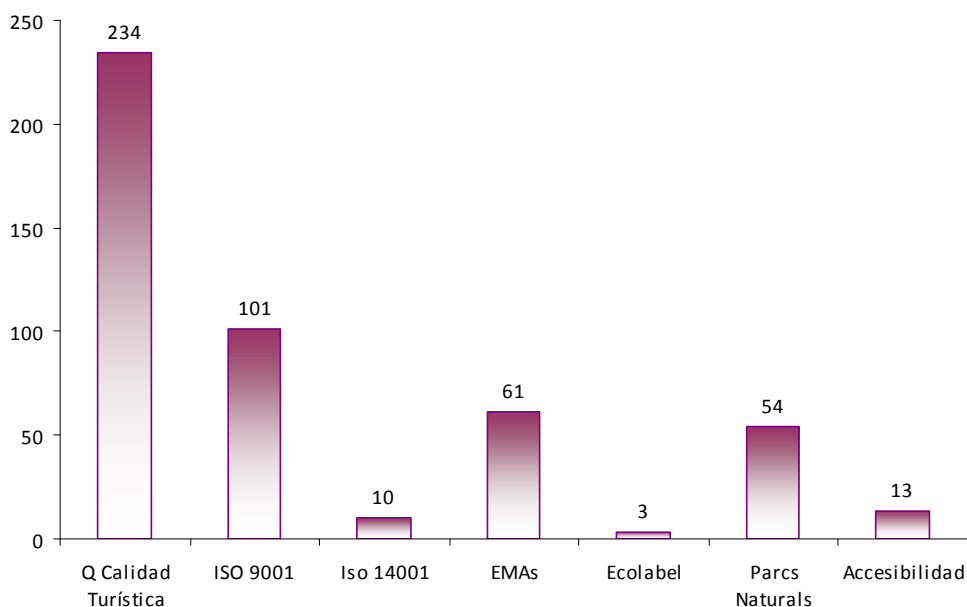


3.1.2. Programa consolidació i promoció de QUALITUR CLUB

Qualitur Club és el col·lectiu d'empreses i entitats turístiques de la Comunitat Valenciana que disposen d'algun certificat de qualitat, medi ambient i/o accessibilitat reconegut per l'Agència Valenciana del Turisme. L'Agència reconeix els models següents:

Matèria	Abast			
	Internacional	Europeu	Nacional	Autonòmic
Qualitat	ISO 9001		Q Qualitat Turística	
Medi ambient	ISO 14001	Reglam. EMAS Ecolabel		Parcs naturals de la Comunitat Valenciana
Accessibilitat			UNE 170001 UNE 170002	

Actualment Qualitur Club està integrat per 324 membres, els quals aglutinen un total de 474 certificats sent el 70 % dels certificats específics de qualitat, el 26,8 % de medi ambient i la resta d'accessibilitat. El certificat en gestió de la qualitat pel qual ha optat majoritàriament l'oferta turística és la "Q" Qualitat Turística que atorga l'Institut de Qualitat Turística Espanyola-ICTE i que representa el 41,6 % dels certificats.



Per a reconèixer l'esforç que aquest col·lectiu fa en favor de l'excel·lència, a través de la web www.qualitur.gva.es es proporciona informació específica de les empreses/entitats certificades a través d'un buscador; així mateix es publiquen periòdicament notes de premsa amb la informació més rellevant en la matèria.

Amb l'objectiu de posar en relleu el treball per la qualitat i medi ambient que realitzen les destinacions turístiques en la gestió de les platges, que és el nostre principal recurs, es va organitzar un acte simbòlic d'entrega i hissada de la bandera Qualitur, que identifica les platges de la Comunitat que disposen d'aquest reconeixement.

3.1.3. Programa impuls a la normalització i 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 nivell nacional.

Els comitès tècnics de normalització són els encarregats de l'elaboració i la revisió de les normes turístiques nacionals en qualitat i estan liderats per AENOR. L'Agència Valenciana del Turisme va participar durant 2016 en els següents:

- CTN 167 per a restauració
- CTN 182 per a hotels i apartaments turístics
- CTN 184 per a càmpings i ciutats de vacances
- CTN 187 per a serveis municipals (subcomitès de platges i oficines d'informació turística)
- CTN 188 per a instal·lacions nauticoesportives i turisme actiu.
- CTC d'hotels i apartaments turístics

Els comitès tècnics de certificació, liderats per l'ICTE, són els òrgans en què s'estudien, debaten i si és procedent aproven els expedients de l'oferta turística per a l'obtenció de la

“Q” Qualitat Turística. L’Agència Valenciana del Turisme va participar en:

- CTC de platges

3.1.4. Projectes específics

Assessorament tècnic sobre les normes ISO 9001 i ISO 14001:

Al juliol de 2016 es va procedir a la contractació dels serveis d’assessorament tècnic amb l’objectiu que donaren a conèixer les modificacions hagudes en les noves versions de les normes internacionals i l’assessorament necessari per a adaptar la gestió del CDT d’Alacant, certificat sota la norma ISO 9001: gestió de la qualitat a la nova versió.

El 26 d’octubre es va impartir la jornada de sensibilització, de cinc hores de duració, en les instal·lacions del CDT. La contractació només es va fer efectiva parcialment per problemes aliens a l’empresa contractada, i es va procedir a decreixer la despesa proporcionalment.

Jornades TouristInfo:

El 30 de novembre i 1 de desembre es van celebrar les Jornades Touristinfo a Cinctorres, on Qualitur va participar donant a conèixer als informadors turístics les diverses normes de gestió de la qualitat i ambiental aplicables a oficines d’informació turística, així com el projecte del sistema integral de qualitat turística en destinacions – SICTED. Paral·lelament es va participar en el comitè de qualitat, que amb caràcter general se sol reunir una vegada a l’any per al seguiment de les oficines certificades i la creació de grups de millora que redunden en millores en la gestió de la xarxa.

Jornada de Sensibilització sobre el Mesurament de l’Empremta de Carboni en Hotels:

El 14 de desembre es va impartir en les instal·lacions d’Invattur la jornada de sensibilització sobre el mesurament de la petjada de carboni aplicable a hotels. La jornada, de quatre hores de duració, es va organitzar en col·laboració amb el Centre d’Educació Ambiental de la Comunitat Valenciana i en la jornada hi va participar la cadena RH, cadena que ja ha certificat alguns dels seus hotels sota aquesta metodologia.

Col·laboració amb l’Organització Mundial del Turisme (OMT)

En la fase de planificació d’activitats vinculades a la celebració de 2017 Any Internacional del Turisme Sostenible per al desenvolupament, es va proposar a aquesta organització un pla de treball i es va tramitar la col·laboració amb aquesta per a alinear estratègies entorn d’aquest esdeveniment de repercussió mundial.

Col·laboració amb la Conselleria d’Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural

Durant 2016 s’ha col·laborat amb aquesta conselleria en el desenvolupament d’una estratègia valenciana contra el canvi climàtic, per a realitzar les adequades aportacions des de l’òptica del sector turístic.

Representació de la Comunitat Valenciana en NESCTOUR (Associació de Regions Europees per al Turisme Sostenible)

Des d’aquest departament durant l’any 2016 s’ha dut a terme un seguiment de l’activitat de l’associació i s’han mantingut reunions a Brussel·les. Així mateix s’ha dut a terme la vigilància dels avanços del projecte europeu d’indicadors de sostenibilitat de l’activitat turística (ETIS).

3.2. ACCIONS DE SUPORT A LES DESTINACIONS TURÍSTIQUES

3.2.1. Programes d'ajudes dirigides a entitats locals de la Comunitat Valenciana

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

Per a contribuir a aconseguir aquests objectius i en col·laboració amb les entitats locals de la Comunitat Valenciana, en 2016 s'han posat en marxa **sis programes** de suport a entitats locals tendents 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 l'Agència Valenciana del Turisme per a 2016 s'ha canalitzat a través de convocatòria pública per a garantir la concurrència competitiva entre tots els sol·licitants (Resolució de 18 de febrer de 2016) i han tingut com a beneficiaris a ajuntaments de la Comunitat Valenciana, mancomunitats, organismes autònoms i ens públics que en depenen, i s'han estructurat en sis programes:

- Programa 1. Adequació i posada en valor turístic dels recursos
- Programa 2. Impuls al turisme sostenible
- Programa 3. Impuls a l'excel·lència turística
- Programa 4. Millora de la senyalització turística
- Programa 5. Impuls imatge de les destinacions turístiques
- Programa 6. Adequació i millora de les instal·lacions de la xarxa Tourist Info

Programa 1: adequació i posada en valor dels recursos.

El programa té com a objecte donar suport a la millora competitiva de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana a través de la modernització i posada en valor dels seus recursos i s'ha centrat en el suport dels projectes d'inversió que es detallen a continuació:

1. Inversió en equipament d'espais d'ús turístic del litoral o de l'interior de la Comunitat Valenciana, zones recreatives, paisatgístiques i naturals d'interés turístic, podent incloure la seua senyalització.
2. Creació de productes turístics, entenent-se com a tal actuació la de posar en valor turístic un recurs que, en el seu estat actual, no siga susceptible d'ús per la demanda turística
3. Interpretació turística dels recursos mitjançant la instal·lació *in situ* de diversos elements d'interpretació del recurs.
4. Habilitació o adequació d'espais dissuasius d'estacionament i altres projectes que milloren la mobilitat en l'espai turístic i que faciliten l'accés al gaudi de recursos turístics.
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 el seu entorn, sempre que en la zona d'intervenció estiguen ubicats recursos turístics que siguin visitables.
7. Compra de màquines per a la neteja de les platges.

Programa 2: impuls al turisme sostenible.

El programa té com a objecte fomentar la sostenibilitat de recursos i serveis turístics i s'ha centrat en el suport al desenvolupament de projectes que milloren la gestió mediambiental dels recursos i serveis turístics, segons es detalla a continuació:

- Inversions destinades a la millora de l'eficiència energètica i hídrica de les infraestructures turístiques.
- Inversions en infraestructures tecnològiques orientades a la consecució d'un model turístic sostenible i intel·ligent.
- Inversions relatives a la il·luminació de recursos turístics d'interés sempre que aquesta responga als paràmetres de sostenibilitat energètica i lumínica.
- Inversions orientades a la gestió eficient dels recursos hídrics disponibles vinculats a recursos i serveis turístics.
- Realització d'estudis que tinguin com a objecte el foment de la sostenibilitat dels recursos turístics.

Programa 3: impuls a l'excel·lència turística

El programa té com a objecte la implantació i certificació de sistemes de qualitat en recursos i serveis turístics. Les actuacions subvencionables han sigut les derivades directament de l'obtenció per primera vegada d'un certificat, o si és el cas la seua renovació, en les platges i oficines d'informació de la xarxa Tourist Info, per a certificats reconeguts d'acord amb les normes següents:

En gestió de la qualitat:

- **UNE-EN ISO 9001:2015** Sistemes de gestió de la qualitat. Requisits (ISO 9001:2015).
- **UNE-ISO 14785:2015** Oficines d'informació turística. Serveis d'atenció i informació turística. Requisits.
- **UNE 187001:2011** Platges. Requisits per a la prestació del servei o la norma que es publique amb posterioritat i la substituïska.

En gestió ambiental:

- **[UNE-EN ISO 14001:2015](#)** Sistemes de gestió ambiental. Requisits amb orientació per al seu ús. (ISO 14001:2015).
- **EMAS** Reglament (CE) núm. 1221/2009 del Parlament Europeu i del Consell de 25 de novembre de 2009 relatiu a la participació voluntària d'organitzacions d'un sistema comunitari de gestió i auditoria mediambiental.

En accessibilitat universal:

- **UNE [170001-1:2007](#)** Part 1: Criteris DALCO per a facilitar l'accessibilitat a l'entorn i **UNE [170001-2:2007](#)** Part 2: sistema de gestió de l'accessibilitat.

Programa 4: millora de la senyalització turística

El programa té com a objecte la millora en l'equipament i reposició de la senyalització turística dels municipis de la Comunitat Valenciana, i s'ha centrat en el suport dels projectes que es detallen a continuació:

1. Projectes de senyalització indicativa o direccional dels recursos turístics del municipi, entenent per recurs turístic tot element natural, monumental, cultural, etnogràfic o esportiu que té capacitat per si mateix o en combinació amb altres d'atraure visitants. La senyalització podia comprendre un sol recurs o integrar diversos recursos del municipi en un únic projecte.
3. Reposició de la senyalització turística identificativa del municipi, quan es tracte de reposar la senyalització dels elements implantats per l'Agència Valenciana del Turisme en el passat.

Programa 5: impuls imatge de les destinacions turístiques

El programa té com a objecte el suport a actuacions de promoció i difusió de la imatge de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana a través de la promoció i difusió de les festes declarades d'interés turístic internacional, nacional i autonòmic, així com a la promoció i difusió esdeveniments, que se celebren durant 2016 a la Comunitat Valenciana, Espanya o en mercats internacionals, vinculats a productes turístics de tipus cultural, naturalesa, gastronòmic, esportiu i oci que constituïsquen un vehicle a la promoció nacional i/o internacional d'una destinació turística.

Aquest programa inclou com a beneficiaris els patronats de turisme a més de la resta de beneficiaris dels altres cinc programes

Les ajudes han anat destinades a finançar els conceptes que es detallen a continuació:

- a) Campanyes de publicitat en mitjans de comunicació en línia i fora de línia.
- b) Altres suports de difusió.
- c) Despeses d'organització de la festa o l'esdeveniment.

Programa 6: adequació i millora de les instal·lacions de la xarxa Tourist Info

El programa té com a objecte el suport a projectes d'inversió en oficines d'informació turística adherides a la xarxa Tourist Info que tinguen com a objecte la millora dels serveis al turista en destinació a través de l'adequació, renovació o modernització de les seues instal·lacions entre les que es detallen a continuació:

1. Inversió en obres d'adequació, rehabilitació, renovació, ampliació o reformes en general dels immobles que alberguen les oficines Tourist Info.
2. Inversió en obres de construcció d'immobles de nova planta destinats específicament i únicament a albergar els serveis i dependències pròpies d'una oficina Tourist Info.

3. Compra, subministrament i instal·lació de mòduls prefabricats, tipus quiosc o construcció lleugera, homologats tècnicament per al seu ús com a oficina d'informació turística.
4. Inversió en obres que redunden en la diversificació i innovació dels espais d'atenció al visitant.
5. Inversió en equipament de mobiliari, lluminàries i altres elements decoratius en actuacions integrals.
6. Inversió en obres que redunden en la millora de la mobilitat i accessibilitat mitjançant l'eliminació de barreres i adequació de l'ús per part de persones amb diversitat funcional.
7. Inversió en obres que redunden en l'eficiència energètica com ara renovació de sistemes de climatització, renovació de fusteria exterior, tancaments envidrats interiors, aïllaments en general o renovació del sistema d'il·luminació, entre altres.

En xifres

A la convocatòria d'ajudes dirigides a entitats locals 2016 es van presentar un total de 684 projectes d'ajuntaments i patronats municipals de la Comunitat Valenciana amb la següent distribució per programes:

	Programa 1 ADEQUACIÓ I POSADA EN VALOR TURÍSTICA DELS RECURSOS	Programa 2 IMPULS AL TURISME SOSTENIBLE		Programa 3 IMPULS A L'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA	Programa 4 MILLORA DE LA SENYALITZACIÓ TURÍSTICA	Programa 5 IMPULS IMATGE DE LES DESTINACIONS TURÍSTIQUES	Programa 6 ADEQUACIÓ I MILLORA DE LES INSTAL·LACIONS DE LA XARXA TOURIST INFO
TOTAL SOL·LICITUDS PRESENTADES	298	54		26	116	148	42
Desistiments expressos i tàctics	8	Cap. VII 3	Cap. IV 0	1	4	3	5
Avaluats conforme a l'objecte convocatòria	290	Cap. VII 50	Cap. IV 1	25	113	145	37
SOL·LICITUDS CONCEDIDES	107	Cap. VII 22	Cap. IV 1	20	35	102	29
SOL·LICITUDS DENEGADES	183	Cap. VII 0	Cap. IV 28	5	75	43	8

3.2.2. Programes d'ajuda a empreses turístiques de la Comunitat Valenciana

El Pla estratègic global del turisme de la Comunitat Valenciana 2010-2020 té com un dels seus pilars estratègics afavorir la competitivitat de les empreses turístiques valencianes, promovent el seu desenvolupament tecnològic i la prestació de serveis diferenciats al turista amb l'objectiu d'aportar major valor afegit a la nostra oferta i contribuir tant a la seua diferenciació com a la desestacionalització de l'activitat en el conjunt del nostre territori.

Les ajudes de l'Agència Valenciana del Turisme per a 2016 s'han canalitzat a través d'una convocatòria pública per a garantir la concurrència competitiva entre tots els sol·licitants (Resolució de 29 de febrer de 2016) han tingut com a beneficiaris les empreses turístiques de la Comunitat Valenciana i s'han estructurat en dos programes.

Cada programa inclou les actuacions a incentivar, destacant l'impuls a aquelles que contribuïsquen a l'adequació de l'oferta turística als nous requeriments de la demanda mitjançant l'adequació de les instal·lacions, la racionalització de recursos naturals i el foment del turisme inclusiu.

Programa 1: suport a la singularitat de l'oferta turística.

El programa té com a objectiu incentivar el desenvolupament de projectes que contribuïsquen a la millora de la competitivitat de l'empresa turística valenciana en els mercats nacional i internacional, contribuint així mateix a la desestacionalització i al desenvolupament sostenible i responsable de l'activitat turística en el territori i s'ha centrat en el suport dels projectes que es detallen a continuació:

a. En l'impuls al turisme sostenible i responsable, mitjançant:

Inversions dirigides a la racionalització del consum de recursos naturals i la minimització dels impactes ambientals, com ara:

- Inversions destinades a la millora de l'eficiència energètica i hídrica dels establiments turístics com ara racionalització en consums d'aigua, aire condicionat, sistemes de control digital de temperatura i humitat.
- Inversions destinades a la reducció de l'impacte de l'activitat turística sobre l'entorn com ara els encaminats a la reducció de contaminació acústica, lumínica i atmosfèrica; emissió de fums i eliminació de residus, sistemes de desinfecció complementària de les conduccions d'aigua dels establiments turístics.

Inversions en infraestructures tecnològiques orientades a la consecució d'un model turístic sostenible, realització de diagnòstics mediambientals i d'estudis que tinguen com a objecte el foment d'una activitat turística sostenible i responsable.

b. En l'impuls del turisme Inclusiu, mitjançant:

Actuacions que faciliten l'accessibilitat i ús dels establiments turístics en condicions tendents a la igualtat de totes les persones amb discapacitat, siguen quines siguen les seues limitacions, mitjançant la incorporació de tecnologies dirigides a atendre la diversitat funcional, física, visual, auditiva, intel·lectual i orgànica dels clients.

c. En l'impuls de la innovació empresarial, mitjançant:

Actuacions que faciliten l'accés a les últimes aplicacions tècniques utilitzables en la indústria turística, fomentant així la innovació en els processos de negoci i l'exercici d'activitats d'I+D+I com són les aplicacions per a dispositius mòbils enfocats a activitats turístiques; entorns multimèdia i de realitat virtual; programes de ludificació orientats a incrementar el coneixement i gaudi dels recursos i 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.

Programa 2: suport a la prestació de serveis turístics innovadors

El programa té com a objectiu incentivar el desenvolupament de projectes que

contribuïsquen a la millora de la competitivitat de les empreses turístiques mitjançant la configuració de serveis turístics innovadors basats en aplicacions tecnològiques o en models de gestió turística intel·ligents centrat en el suport dels projectes que es detallen a continuació:

- Implantació de sistemes interactius d'informació turística, com ara: la instal·lació de pantalles interactives en les habitacions, parcel·les, bungalows, apartaments i en els punts d'acollida dels establiments turístics; adquisició de Smart TV, així com tauletes tàctils i programari de gestió.
- Instal·lació de sistemes d'obertura intel·ligent de portes.
- Incorporació de tecnologies en els establiments que permeten la comunicació de veu i dades sense utilitzar cables (WIFI), incloent-hi totes les habitacions, parcel·les, bungalows, apartaments i zones comunes.
- Implantació i certificació d'Unitats d'Intel·ligència Turística, segons la norma nacional UNE 166006.
- Incorporació de sistemes de gestió intel·ligent (domòtica) de l'establiment.
- Incorporació de tecnologies de dades massives que permeten un major coneixement de la demanda turística a través del maneig i tractament de dades mitjançant tècniques d'anàlisis estadístiques, solucions basades en el model de computació de la informàtica en núvol, tecnologies NFC o solucions de facturació electrònica.

En xifres:

A la convocatòria d'ajudes dirigides a empreses turístiques 2016 es van presentar un total de 160 projectes amb la següent distribució per programes:

	Programa 1 ADEQUACIÓ I POSADA EN VALOR TURÍSTICA DELS RECURSOS	Programa 2 IMPULS AL TURISME SOSTENIBLE
TOTAL SOL·LICITUDS PRESENTADES	86	74
Desistiments expressos i tàctils	8	9
Avaluats d'acord amb la finalitat de la convocatòria	78	65
Sol·licituds resoltes favorables	50	35
Sol·licituds resoltes denegades	28	30

Com una tercera via de suport, l'Agència Valenciana del Turisme va iniciar en 2016 un nou programa d'ajudes en el marc del Pla operatiu i de màrqueting 2016, per al desenvolupament d'activitats esportives i culturals a la Comunitat Valenciana d'impacte internacional i dirigida a federacions, fundacions, associacions i empreses.

3.2.3. Programa d'ajudes dirigides a la celebració a la Comunitat Valenciana d'activitats esportives i culturals

Aquestes ajudes de l'Agència Valenciana del Turisme per a 2016 s'han canalitzat a través d'una convocatòria pública per a garantir la concurrència competitiva entre tots els sol·licitants (Resolució de 7 de març de 2016), han tingut com a beneficiaris les federacions, fundacions, associacions i empreses i s'han estructurat en dos programes:

Programa 1: suport a la realització d'activitats esportives d'impacte turístic internacional

El programa té com a objectiu incentivar el desenvolupament d'activitats esportives – campionats, proves, concentracions i esdeveniments relacionats amb disciplines esportives olímpiques del calendari internacional– que se celebren a la Comunitat Valenciana d'impacte internacional i que afavorisquen la generació de fluxos turístics cap a la nostra destinació, contribuint així mateix a la creació de producte turístic singular i al posicionament de la nostra destinació en els mercats internacionals.

Programa 2: suport a la realització d'activitats culturals d'impacte turístic internacional

El programa té com a objectiu incentivar l'exercici d'activitats culturals a la Comunitat Valenciana –en concret festivals de música de caràcter internacional que se celebren a la Comunitat Valenciana– i d'impacte internacional i que afavorisquen la generació de fluxos turístics cap a la nostra destinació, contribuint així mateix a la creació de producte turístic singular i al posicionament de la nostra destinació en els mercats internacionals.

En ambdós programes les ajudes han anat destinades a finançar els conceptes que es detallen a continuació:

- a) Campanyes de publicitat en mitjans de comunicació en línia i fora de línia.
- b) Altres suports de difusió.
- c) Despeses directes d'organització de l'actuació subvencionable

En xifres:

A la convocatòria d'ajudes dirigides a la celebració a la Comunitat Valenciana d'activitats esportives i culturals 2016 es van presentar un total de 30 projectes amb la següent distribució per programes:

	Programa 1 Suport a la realització d'activitats esportives d'impacte turístic internacional	Programa 2 Suport a la realització de activitats culturals d'impacte turístic internacional
TOTAL SOL·LICITUDS PRESENTADES	30	
Desistiments expressos i tàctics	1	
Avaluats d'acord amb la finalitat de la convocatòria	29	
Sol·licituds resoltes favorables	5	5
Sol·licituds resoltes denegades	18	1

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

Ubicada en la web institucional de l'Agència Valenciana del Turisme, 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 difosa és fruit de la col·laboració de l'Agència Valenciana del Turisme amb els responsables de les estadístiques oficials de turisme: Institut Nacional d'Estadística i Turespaña, la Direcció General d'Economia, agents turístics de la Comunitat Valenciana, així com de fonts i estudis propis.

La secció Estadístiques de Turisme de la Comunitat Valenciana ofereix informació detallada de la Comunitat Valenciana així com de les seues distintes zones turístiques, mitjançant la publicació en 2016 d'anuaris, informes, estudis i altres productes d'interés, seguint un calendari preestablert. Tots els documents són de descàrrega lliure (no requereix subscripció) i gratuïta.

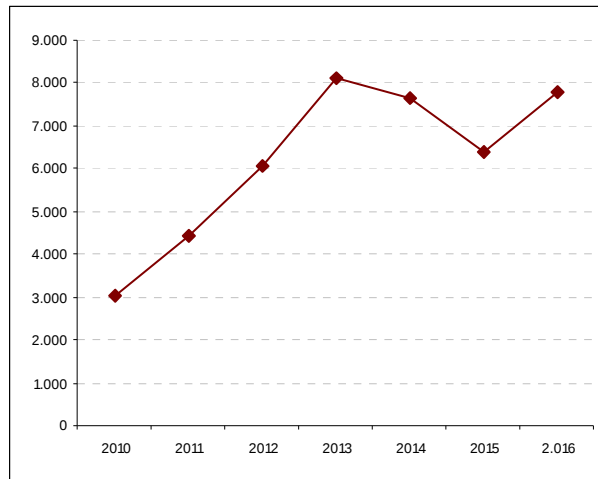
En 2016 s'ha représ la publicació de les notes de Conjuntura de les operacions Froitur/Egatur i ETR-Familitur, que abans elaborava Turespaña per a la Comunitat Valenciana, i que ara, després del transvasament de les operacions a l'INE, són elaborades pel Servei de Planificació i Estratègia turística.

ESTADÍSTIQUES DE TURISME EN XIFRES		
	2015	2016
Visites	6.402	7.798
Publicacions 2015: 136 2016: 93	90 Informes de Conjuntura	67 Informes de Conjuntura
	4 Balanços	4 Balanços
	5 Anuaris	5 Anuaris
	27 Informes de mercat	8 Informes de mercat
	3 Informes de producte	1 Informes de producte
	7 Altres informes	7 Altres informes

El nombre de visites a **Estadístiques de Turisme** es va incrementar un 21,8 % en 2016, a pesar del descens en el nombre d'informes publicats i es va recuperar, pràcticament, el nivell de visites aconseguit en 2013, a partir de la qual cosa van esdevenir-se 3 incidències:

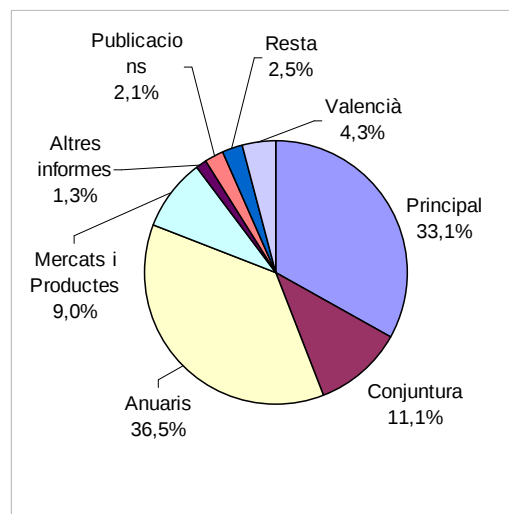
- La creació d'una web pròpia per a la publicació Papers de Turisme,
- El canvi de denominació de l'Observatori Turístic per Estadístiques de Turisme
- Disminució del nombre d'informes de conjuntura i mercats a causa del transvasament d'estadístiques de Turespaña a l'INE i la interrupció dels informes redactats per Turespaña.

Nombre total visites 2010-2016

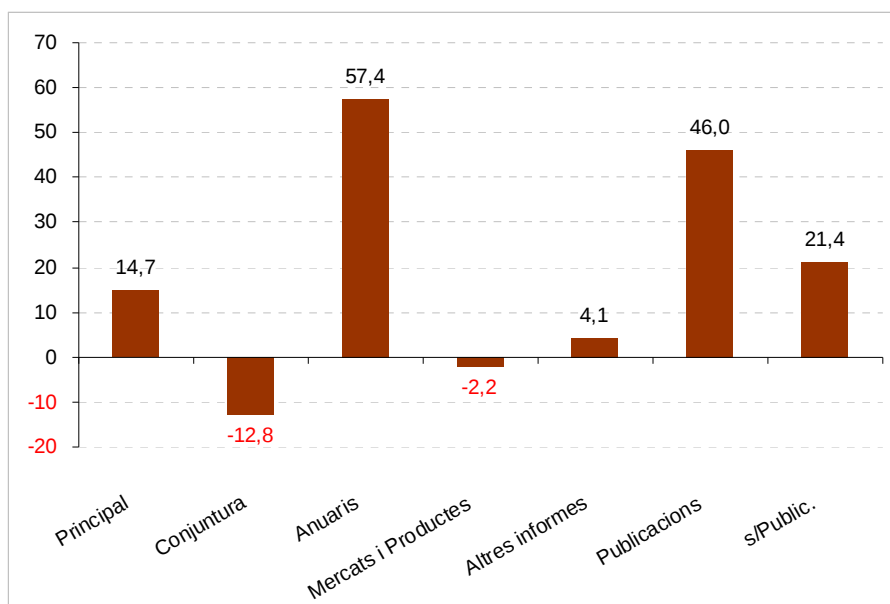


El descens en el nombre d'informes de conjuntura i mercats publicats es correspon amb un menor nombre d'entrades pels esmentats apartats, i al seu torn amb un nombre d'enllaços menor a aquests enviats a través del correu setmanal. Destaca l'increment (57,4 %) de les visites entrades per l'apartat d'Anuaris, amb una quota del 36,5 % de les visites, coincidint amb la publicació del Turisme a la Comunitat Valenciana, amb un nou format i publicat en dues etapes (juliol i novembre) i la realització d'un nou estudi Impactur-Comunitat Valenciana.

Sessions per pàgina d'entrada



Evolució 16-15 de sessions "Estadístiques de Turisme" per apartat d'entrada



Font Gràfics: Elaboració pròpia a partir de Google Analytics

3.3.1. Programa estadístic

- Anàlisi de la **demanda de la Xarxa Tourist-Info 2016** en col·laboració amb el Servei de Màrqueting en línia, Comunicació i Informació. Des del Servei de Desenvolupament i Planificació Turística s'ha realitzat l'informe general de resultats de l'enquesta d'estiu a partir de l'explotació dels qüestionaris omplerts pels usuaris de la Xarxa en les mateixes oficines (6.923 qüestionaris de 121 oficines participants en 2016).

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

La línia de treball està basada tant en fonts pròpies com externes, amb l'objecte 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 estiu 2016** així com de l'ocupació d'establiments turístics durant **ponts** i festes nacionals d'interés per a l'activitat turística de la Comunitat, mitjançant una enquesta telefònica a una mostra de l'oferta per tipologies i zones turístiques, i si és el cas amb la participació d'associacions del sector.
- Actualització d'informació sobre l'**oferta turística de la Comunitat a 31 de desembre**, a partir del Registre d'Empreses, Establiments i Professions Turístiques.
- En 2016, l'Agència Valenciana del Turisme ha tramitat la contractació d'un **estudi sobre els turistes estrangers entrats per l'aeroport de Castelló**. El contracte s'ha firmat amb data 28 d'octubre de 2016, per un període d'un any prorrogable per un altre any. Per a aquesta contractació es compta amb la col·laboració de la Direcció de l'Aeroport de Castelló.

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

Els acords i convenis de col·laboració en matèria estadística en vigor durant 2016 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 l'Agència Valenciana del Turisme**, 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 així com per a Benidorm i la ciutat de València (vigència: 4 anys -2019- que es podran prorrogar anualment per acord exprés de les parts).

Amb data 7 de novembre de 2016 es va reunir la **Comissió de Seguiment**, en la qual les parts van manifestar l'interés de la col·laboració duta a terme i es van perfilar nous aspectes a desenvolupar.

- Acord Marc de Col·laboració entre **l'Institut de Turisme d'Espanya i l'Agència Valenciana del Turisme** de data 1 de desembre de 2014 (vigència de 3 anys amb possibilitat de pròrroga anual per 3 anys més).

Amb data 29 de novembre de 2016 es va reunir la 2a **Comissió de Seguiment**.

B.1. Col·laboració amb Turespaña

L'Acord Marc amb Turespaña en matèria d'anàlisi d'informació turística té com a objectiu avançar en la coordinació i optimització de recursos i en la identificació de línies d'investigació d'interés mutu.

Després de la cessió d'operacions estadístiques FRONTUR-EGATUR i FAMILITUR a l'INE, s'ha produït un canvi estructural en la Subdirecció General de Coneixement i Estudis Turístics, que s'ha traduït en una considerable reducció dels recursos disponibles; per un altre costat, el canvi metodològic experimentat per les operacions ha minvat la capacitat d'informació disponible perquè la SG pugua continuar realitzant les notes de Conjuntura que fan referència a la Comunitat Valenciana previstes en el conveni, la qual cosa implica una modificació del que s'ha acordat en l'annex. Considerant ambdues parts que l'Acord ofereix un marc de col·laboració molt favorable per a treballar conjuntament en la resta d'objectius previstos, s'acorda tramitar un annex al dit conveni que establisca els nous termes de la col·laboració.

B.2. Col·laboració amb l'INE

En 2016 s'han renovat les diferents **peticions d'informació contínua** a l'INE treballant mensualment el següent tipus d'informació:

- 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

destinacions Benidorm i València ciutat.

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

En 2016 després del transvasament d'estadístiques oficials a la demanda turística des de Turespaña a l'INE, ha sigut necessari realitzar un treball addicional d'enllaç de les sèries estadístiques a causa del canvi metodològic experimentat tant per FRONTUR-EGATUR com per ETR-FAMILITUR. En el marc del conveni de col·laboració amb l'INE, l'Agència Valenciana del turisme ha rebut periòdicament els enllaços corresponents.

Així mateix l'any 2016, en el marc del conveni de col·laboració mencionat, l'Agència Valenciana del Turisme ha tramitat la **contractació de l'ampliació de mostra** de l'operació Frontur-Egatur de l'INE en els aeroports d'Alacant-Elx i València. El contracte s'ha firmat amb data 28 d'octubre de 2016, per un període d'un any prorrogable per un altre.

Finalment cal assenyalar que en 2016 s'ha continuat treballant en la sistematització del procés de tractament dels nous fitxers de microdades per a l'anàlisi de resultats en l'àmbit de la Comunitat Valenciana, tasca que es realitza pel mateix servei.

B.3. 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 places oferides i període d'obertura.
- La Conselleria d'Economia participa junt amb l'Agència 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) 2017-2020.

C. Altres fonts

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

- Tresoreria de la Seguretat Social: petició contínua de caràcter mensual per a obtindre 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.
- En 2016 s'ha prorrogat la contractació amb GFK un estudi de seguiment de

l'evolució dels paquets turístics en tres mercats: Regne Unit, Holanda i Itàlia, basat en la metodologia panell, en el qual participen turoperadors i agències, tant fora de línia com en línia.

3.3.2. Operacions en el marc del Pla valencià d'estadística 2007-2010 (prorrogat)

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

- L'oferta turística municipal i comarcal.
- L'enquesta turística (desagregació per zones turístiques de l'evolució d'establiments hotelers).
- Els indicadors de demanda del sector turístic (desagregació per a la Comunitat Valenciana, províncies i destinacions Benidorm i València ciutat, dels turistes en tot tipus d'allotjament).

3.3.3. Sistema d'informació turística de la Comunitat Valenciana (TURPENTAHO)

En 2016, s'ha efectuat mensualment la carta del sistema de datawarehouse 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 la seua **consulta en línia**, en la web institucional.

3.4. CENTRE DE DOCUMENTACIÓ

El Centre de Documentació Turística ha continuat en 2016 amb les labors d'actualització i manteniment del fons documental de l'Agència. Des del Centre s'ha gestionat per un costat la informació provinent de les adquisicions, tant de llibres com de revistes especialitzades, i, d'un altre, la recerca, localització i tractament documental dels estudis i informes divulgats per les webs més importants d'investigació turística nacionals i estrangers.

Des del dit centre, adscrit a la Xarxa de Biblioteques i Centres de Documentació de la Generalitat (BEGV), s'ha continuat treballant amb el programa Techlib que permet la gestió en línia del material bibliogràfic, coordinant els treballs de catalogació i registre dels documents entre Invattur i la Seu Central i facilitant la gestió conjunta del fons documental. Encara que la totalitat dels documents estan ubicats en la Seu de l'Invattur, la recepció i catalogació de les publicacions periòdiques s'ha portat des de la seu central, i la resta de documents seran gestionats indistintament des d'ambdós departaments.

D'altra banda, s'ha continuat utilitzant el programa gestor de llocs web ubicat en el servidor "turdocs01.gva.es", per a la descàrrega, custòdia i posterior gestió dels exemplars electrònics rebuts. Tot això encaminat a la futura configuració d'una biblioteca digital que permeti una major difusió, tant interna com externa, del coneixement turístic.

3.5. ESTUDIS I INVESTIGACIÓ

A través d'aquest programa en 2016 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, mitjançant la realització d'estudis i investigacions que permeten el seguiment actualitzat i continu de les tendències de l'activitat turística a la Comunitat Valenciana.

3.5.1. Estudis realitzats en 2016

- El Turisme a la Comunitat Valenciana 2015. Enguany la seua edició ha suposat un esforç especial per dos motius, el primer, la seua publicació en un format més esquemàtic, interactiu i visual, sense deixar d'oferir la dada al màxim detall, a través de les corresponents taules Excel; el segon a causa dels canvis metodològics produïts com a conseqüència del transvasament de les principals fonts oficials de demanda turística (Frontur-Egatur i ETR-Familitur), des de Turespaña a l'INE, que han suposat la ruptura de les sèries, i ha fet necessari la utilització dels corresponents enllaços.
- L'Oferta turística municipal i comarcal 2015. En aquesta edició s'ha arreplegat la nova classificació en estrelles de les modalitats de càmpings i allotjament rural.
- Estudi Impactur-Comunitat Valenciana 2015, en col·laboració amb Exceltur. Aquesta publicació s'ha maquetat en format foliscopi.
- Perfil del turista allotjat en oferta reglada 2015.
- Perfil del turista usuari de la Xarxa Tourist Info 2015.
- 4 balanços conjunturals.
- 16 informes de mercats emissors, productes i altres.
- Turisme i dona.
- Estudi per a la dinamització turística i sostenible del territori, en col·laboració amb la FVMP.
- Aproximació a l'estratègia de reputació de la marca Turisme Comunitat Valenciana.
- Integració del paisatge en el paratge de les Coves de la Vall d'Uixó.

Tot el procés de producció dels estudis i informes de conjuntura descrits (anàlisi, redacció en castellà i valencià, disseny de formats, edició, publicació i difusió) es realitza (excepte en el cas de la col·laboració amb Exceltur) des del Servei de Planificació i Estratègia Turística.

3.5.2. Altres activitats de difusió

- Difusió d'una publicatramesa setmanal per correu electrònic amb els últims informes estadístics publicats en l'apartat d'Estadístiques de Turisme, dirigit a 226 destinataris:
 - 24 federacions i associacions empresarials.
 - 10 organismes de l'Administració pública.
 - 14 representants de subsectors turístics.
 - 35 representants de subsectors relacionats amb activitats complementàries.
 - 6 representants de les cambres de Comerç de la Comunitat.
 - 25 consultores turístiques.

- 46 investigadors turístics.
 - 48 tècnics turístics municipals.
 - 18 destinataris interns de l'AVT.
- Edició d'una secció dedicada a les novetats d'Estadístiques de Turisme en la web de l'Invat.invat-tur (www.invattur.org) dins de cada un dels seus butlletins mensuals de novetats, així com la publicació de 6 post en el seu propi blog.
 - Gestió de peticions externes relacionades amb indicadors de l'activitat turística a la Comunitat Valenciana. D'aquesta manera i donant resposta principalment a través de l'adreça de correu electrònic estadistiques_turisme@gva.es, en 2015 es van gestionar 66 sol·licituds d'informació.

3.6. TRANSFERÈNCIA DE CONEIXEMENT

Mitjançant la transferència de coneixement en gestió estratègica al sector turístic valencià, a través d'accions de difusió i divulgació d'informació, a fi de millorar la seua competitivitat, en 2016 s'han dut a terme les accions següents:

3.6.1. XVIII Fòrum Internacional de Turisme de Benidorm i 7é Concurs d'Idees Pedro Zaragoza.

El Fòrum Internacional de Turisme de Benidorm és una actuació de divulgació i transferència d'informació de periodicitat bianual que està impulsat per l'Agència Valenciana del Turisme (a través del Servei de Planificació i Estratègia Turística), l'Ajuntament de Benidorm i la Càtedra d'Estudis Turístics "Pedro Zaragoza Orts" de la Universitat d'Alacant, amb la col·laboració d'HOSBEC, Visit Benidorm i el suport de l'Organització Mundial del Turisme.

El XVIII Fòrum Internacional de Turisme de Benidorm es va iniciar el 19 de novembre de 2015 amb l'elecció del seu títol i temàtica "Destinacions Turístiques Intel·ligents: Smart Beaches" i la publicació de les bases del 7é Concurs Pedro Zaragoza i va concloure en 2016 amb el desenvolupament de les jornades del Fòrum i entrega dels dos premis del concurs els dies 20 i 21 d'octubre a Benidorm.

En aquest interval de temps i durant 2016 des del Servei de Planificació es van desenvolupar les activitats següents: elaboració del contingut i selecció de ponents de les jornades (identificació, contacte), elaboració de continguts, edició i difusió de lliurables (Tríptic programa de les jornades, dossier informatiu per a participants, dossier per a ponent, dossier El XVIII Fòrum en imatges), impuls del concurs d'idees (pla de difusió, 2a onada de difusió de les bases del concurs a col·lectius d'interés, recepció de propostes, convocatòria del jurat, redacció de l'acta i interlocució amb participants), així com la coordinació general del projecte amb la resta d'organitzadors i col·laboradors per al correcte desenvolupament de les activitats del Fòrum (convocatòria de la 3a Reunió d'Organització del Fòrum programació i seguiment de l'execució del conjunt de l'actuació).

Pel que fa al contingut, les jornades del **20 i 21 d'octubre de 2016** van tindre com a

objectiu afavorir la reflexió sobre les possibilitats d'aplicació del model de "ciutat intel·ligent" a la gestió del principal atractiu turístic de les destinacions turístiques del Mediterrani: la platja.

Es van desenvolupar durant dia i mig en la sala d'actes de l'Ajuntament de Benidorm (lloc de celebració habitual del Fòrum) i en les jornades es van oferir 13 ponències estructurades entorn de 4 panells d'experts i una visita tècnica a la platja de Benidorm. Van comptar amb una participació de 225 inscrits que van completar l'aforament de la sala d'actes. La visita tècnica de les jornades, que va tindre lloc la vesprada del 21 es va integrar en el programa del Congrés i Exposició Internacional de Platges ECOPLAYAS, que es va fer coincidir en data i lloc amb el Fòrum, amb l'objectiu d'establir sinergies, ampliar les opcions formatives i facilitar el *networking* amb altres agents gestors de l'espai litoral.

Les jornades del Fòrum van concloure amb la presentació de les 7 propostes seleccionades pel jurat del Concurs d'Idees Pedro Zaragoza i l'entrega dels premis als guanyadors de cada una de les dues modalitats del concurs, amb anterioritat a l'acte de clausura. La dotació total dels premis va ser de 4.000€, corresponent 2.500€ de premi brut en la modalitat d'Accés Lliure i de 1.500€ en la d'Accés Universitat i Cicles Superiors. La difusió de les activitats del Fòrum, programació, publicació de bases del concurs i dossier de ponents es va realitzar des de la web invattur.gva.es/fitb, per a la qual cosa es va comptar amb la col·laboració del personal d'Invat-tur, el qual també va participar en el desenvolupament de les jornades mitjançant la gestió dels mitjans de premsa i atenció a ponents i inscrits.

3.6.2. XVIII Congrés Internacional de Turisme Universitat i Empresa

El XIX Congrés Internacional de Turisme Universitat i Empresa és una altra de les actuacions de divulgació i transferència de coneixement en què participa activament l'Agència Valenciana del Turisme a través del Servei de Planificació i Estratègia Turística. El congrés se celebra anualment a Castelló i està organitzat per la Universitat Jaume I i la Fundació Universitat Jaume I –Empresa. En 2016 aquest esdeveniment va celebrar la seua denovena edició sota la temàtica "Sostenibilitat en els models actuals de gestió turística". El congrés va tindre dos dies de duració, el dimecres 20 i el dijous 21 d'abril, i va desenvolupar la seua activitat en la seu de la Fundació Universitat i Empresa de la Universitat Jaume I de Castelló. La col·laboració de l'Agència Valenciana del Turisme en aquesta actuació consisteix a donar suport a la Secretaria Tècnica (FUE) en la definició de contingut i ponents i l'assistència a reunions d'organització.

En relació a la temàtica d'aquesta edició del congrés i amb el marc del concepte de la sostenibilitat com a referència, s'ha debatut sobre els actuals models de gestió turística, tant a nivell municipal com d'empreses turístiques, s'han intercanviat experiències sobre la gestió sostenible de destinacions turístiques, els nous models d'empreses, el mesurament de la sostenibilitat per mitjà d'indicadors i en quina mesura el marc jurídic actual afavoreix el desenvolupament sostenible de les destinacions turístiques.

El nombre d'inscrits va ser de 139, cinc ponents, huit intervinents en panells d'experts i 21 comunicacions presentades.

3.6.3. Curs de Turisme Cultural

Quant a accions específiques de turisme cultural cal destacar la col·laboració en el curs d'Especialització en Turisme Cultural, organitzat per la Fundació Cañada Blanch, que en 2016 va celebrar la seua setzena edició. El curs, que es va posar en marxa per iniciativa de l'Agència Valenciana del Turisme, persegueix el desenvolupament del turisme cultural mitjançant la professionalització dels agents implicats, aportant formació turística als gestors culturals i formació de contingut cultural a professionals del turisme. Entre els assistents destaca la presència de tècnics d'ajuntaments.

A més d'estar en el comitè tècnic, definint continguts, l'Agència planifica i organitza les visites/tallers que s'organitzen a distints municipis amb un pes específic en turisme cultural en la Comunitat.

En 2016 aquestes visites/taller, organitzades i assumides per l'AVT han tingut lloc en els municipis següents: - Segorbe

-Dénia

-Llíria

3.6.4. Papers de Turisme

Es tracta d'una revista en línia l'accés a qual és gratuït. En 2016 s'ha dut a terme la publicació del número 59.

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

Els seus objectius s'orienten a fomentar una investigació de qualitat i a contribuir a la seua divulgació, per a convertir-se en 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 últimes i més interessants investigacions.

3.7. ACCIONS DE SUPORT A LES ACTUACIONS DE POLÍTICA TURÍSTICA

3.7.1. Suport tècnic a la Presidència i Direcció de l'Agència

Des de l'Àrea de Coneixement i Intel·ligència Turística i a través del Servei de Planificació i Estratègia Turística, s'ha dut a terme la següent activitat de suport tècnic:

Realització d'informes:

- Informes per al disseny dels programes i plans d'actuació de l'Agència 2016.
- 218 informes municipals i comarcals sobre les actuacions turístiques per a reunions, visites o intervencions dels alts càrrecs de l'Agència.
- 312 informes per a actes del president de la Generalitat, el secretari autonòmic i de la directora general de Turisme.
- Informes sobre plans d'acció territorial: Pla de l'Horta de València, Alacant-Elx.

Presentació de 2 candidatures de la Comunitat a les medalles i plaques al Mèrit Turístic de Turespaña per a 2016:

- Medalla al Mèrit Turístic a la Promoció a Rhamsés Ripollés alcalde de Morella.
- Placa al Mèrit Turístic en destinacions emergents a l'Ajuntament de Dénia.

Planificació i seguiment de les reunions:

- de la Comissió Interdepartamental de Turisme, presidida per la Presidència de la Generalitat, Decret 161/2015.
- de les meses tècniques d'impuls al turisme sostenible i turisme inclusiu que són liderades per la Secretaria de Turisme i en les quals participen la resta de conselleries. En total va haver-hi 5 reunions.

Recopilació, anàlisi i depuració de la informació aportada per les diferents direccions generals que participen en les meses tècniques d'impuls al turisme:

S'han analitzat aproximadament 150 accions, i s'ha definit un pla de treball transversal que incorpora 85 activitats.

Col·laboració en la celebració del Dia Mundial del Turisme 2016:

S'ha col·laborat en el Dia Mundial del Turisme 2016 el lema del qual va ser "Turisme per a tots", a través de l'organització de l'acte de declaració institucional realitzat pel secretari autonòmic de l'Agència. En aquest marc es van organitzar les actuacions següents:

- Sensibilització als gestors municipals** a través de la Xarxa d'Oficines de Informació Turística de la Comunitat Valenciana (Tourist Info) perquè programen activitats que promoguen l'accessibilitat universal en el marc de les celebracions del Dia Mundial del Turisme.
- Organització d'activitats en les més de 200 oficines d'informació turística** pertanyents a la Xarxa Tourist Info de la Generalitat Valenciana fent insistència en el lema "Turisme per a tots":
 - **Dirigides a tots els col·lectius socials**, perquè se senten turistes en la seua ciutat i es convertisquen en futurs amfitrions.
 - **Orientades als visitants**, per a convertir-los en protagonistes de les celebracions del Dia Mundial del Turisme, i afavorir la seua integració en la destinació mitjançant activitats de contingut experiencial.
 - **Visites guiades adaptades** amb servei de llenguatge de signes i amb accessibilitat universal.
 - **Visites a recursos turístics emblemàtics** culturals i de naturalesa.
 - **Promoció de la participació de la ciutadania** mitjançant la difusió de l'agenda d'activitats en els canals de comunicació de l'Agència Valenciana del Turisme i les xarxes socials.
- Organització de l'acte d'entrega dels Premis Turisme Comunitat Valenciana 2015**, pel president de la Generalitat

3.7.2. Premis Turisme Comunitat Valenciana

Per Resolució de 4 de febrer de 2016 del president de l'Agència Valenciana del Turisme, es van convocar els Premis Turisme Comunitat Valenciana 2015, als quals es van presentar 34 candidatures en les seues distintes modalitats.

Al setembre de 2016, coincidint amb el Dia Mundial del Turisme, es van atorgar els premis **Premis Turisme Comunitat Valenciana 2015**, corresponents a la seua segona edició i les bases reguladores de la qual van ser fixades per Resolució del president de l'Agència al febrer de 2016.

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

En aquesta **2a edició** els premis concedits en les modalitats convocades van recaure en:

1. Premi Turisme al conjunt de l'activitat turística, al senyor JOSE FERNANDO VERA REBOLLO.
2. Premi Turisme a la investigació i innovació, a CASUAL HOTELS (Pricetoroom SL) per la seua innovadora iniciativa com a cadena hotelera.
3. Premi Turisme a la millor acció de promoció o campanya de comunicació, a l'Ajuntament de Morella, per la campanya "El poble bell i bo d'Espanya".
4. Premi Turisme al turisme sostenible, a VIVOOD MADAPAR SL, per la posada en marxa de la iniciativa "VIVOOD LANDSCAPE HOTELS".
5. Premi Turisme al turisme responsable, al projecte ITINERANTUR de Belén Salvador Bozano.
6. Premi Turisme A l'Accessibilitat i Turisme Inclusiu, a MONTE HORADADA SL, per l'adaptació integral del Càmping LO MONTE.

I una **menció especial** a l'**Organització Nacional de Cecs (ONCE)**, en la modalitat Premi Turisme a l'accessibilitat i turisme Inclusiu atesa la seua contribució a favor del turisme accessible tant en l'àmbit nacional com en l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana.

4. ACTIVITATS DEL SERVEI D'INFRAESTRUCTURES TURÍSTIQUES

4.1. INFRAESTRUCTURES DE LITORAL

La finalitat del programa és dotar les platges de la Comunitat Valenciana d'infraestructura pública, mitjançant el subministrament als municipis de diversos elements que milloren les condicions per a l'ús turístic de les seues platges mitjançant la instal·lació de llavapeus ecològics (utilitzant aigua tractada de mar), papereres, grups de papereres per a recollida selectiva de residus, passarel·les rígides d'ample especial, passarel·les desmuntables, jocs infantils i juvenils, àrees esportives, etc.

En els últims anys s'ha millorat l'oferta d'infraestructura lúdica mitjançant la instal·lació d'àrees biosaludables i zones esport platja que permeten, sense la necessitat de monitor, la realització d'exercicis a persones de totes les edats.

A pesar que molts dels elements abans mencionats han sobrepassat de molt les seues expectatives de vida útil, i encara que durant tots aquests anys s'han adquirit i col·locat nous elements, l'agressivitat del medi en què aquests estan instal·lats, així com la virulència d'alguns temporals i avingudes d'aigües torrencials per pluges n'han incrementat la pèrdua o avaria de molts. Aquesta situació ha motivat la conveniència d'una constant renovació de l'esmentada infraestructura turística instal·lada en les platges de la Comunitat Valenciana.

Aquesta situació motiva l'existència en 2016 de dues línies d'actuació que exigeix la realitat existent i abans descrita, a saber:

A. Actuacions conduents al manteniment i reparació de les instal·lacions higièniques i ludicoesportives de les platges de la Comunitat Valenciana.

- Proposta de firma de 44 **acords d'encàrrecs de gestió** amb els distints ajuntaments que posseeixen infraestructura litoral pertanyent a l'Agència Valenciana del Turisme, si bé només se'n van firmar 42 perquè els municipis de Sagunt i València van renunciar i van ser atesos directament des de l'Agència Valenciana del Turisme.
- Intervenció en la **recuperació i posada en servei de 350 elements higiènics** (dutxes i llavapeus) per a la infraestructura higiènica instal·lada a les platges de la Comunitat Valenciana, la qual cosa ha suposat el reciclatge de material anteriorment retirat, i la seua nova posada en servei, que ha permés un considerable estalvi de recursos.
- Reparació i posada a punt dels jocs juvenils, infantils i esportius instal·lats en els municipis de litoral de la Comunitat Valenciana i instal·lació de vinils en papereres i grups de recollida selectiva.

B. Actuacions de subministrament i instal·lació de nous elements d'infraestructura turística, a fi de reemplaçar material danyat pel pas del temps, per temporals de mar:

- Subministrament de 1.000 papereres desmuntables i 100 grups de recollida selectiva per a les platges de la Comunitat Valenciana.
- Subministrament i instal·lació de 4.200 m lineals de passarel·la de fusta rígida d'ample 120 cm per a les platges de la CV.
- Subministrament i instal·lació de 100 casetes vestidor de fusta tractada en grups de 3 o 5 casetes instal·lades en les platges.
- Subministrament i instal·lació, desmuntatge i emmagatzematge de 8 zones de bany per a descans en 8 platges de la Comunitat Valenciana.
- Subministrament i instal·lació de 120 jocs de voleibol de platja en platges de la Comunitat Valenciana.
- Subministrament i instal·lació de 4 àrees de macrojocs en platges de la Comunitat Valenciana.

Altres actuacions de **subministrament i instal·lació de material per a les platges** han sigut:

- Subministrament de 18 bombes d'impulsió per a estacions de bombament amb aigua tractada de mar.
- Execució de sistemes de captació per a aigua tractada de mar en estacions de bombament.
- Subministrament i instal·lació d'equips de bombament en l'estació de bombament de la platja de Mareny de Barraquetes.
- Canalització per a llavapeus en la nova platja del Charco al municipi d'Altea.
- Instal·lació de 30 portes d'accés a les estacions de bombament amb mecanisme de doble cademat per a accedir-hi.
- Execució d'una estació de bombament per a aigua tractada de mar a la platja de Molins a Dénia.
- Redacció de projecte per al subministrament d'instal·lació de tres punts de càrrega per a dispositius de mà portàtils en els passejos marítims de les platges.
- Redacció de projecte de substitució de 4 edificis contenidor en la província d'Alacant.
- Instal·lació de 10 marquesines informatives en platges continentals de municipis d'interior.

C. Pel que fa a les **actuacions al complex Fàbrica de Giner a Morella** s'han realitzat l'adequació a normativa per a la legalització de la piscina, un estudi fitosanitari al parc multiaventura Saltapins, s'ha firmat una encàrrec de gestió amb l'Ajuntament de Morella per al manteniment del mencionat complex.

4.2. INFRASTRUCTURAS DE CdT I ALTRES ACTUACIONS

Durant 2016 s'han dut a terme actuacions de millora de les instal·lacions, adequació i actualització normativa de les instal·lacions, perquè els CdT de Castelló; València; Gandia; Dénia; Benidorm; Alacant i Torrevieja, continuen sent un referent del sector turístic, mantenint les condicions de seguretat. També s'han realitzat actuacions en instal·lacions propietat de l'Agència com són l'hostatgeria del Santuari de la Balma i el complex de la Fàbrica Giner a Morella.

A. Actuacions d'inversió per a una nova edificació a executar junts al Cdt de València que permetia albergar el Centre d'Acceleració Empresarial:

- S'ha realitzat el projecte bàsic i d'execució per a poder licitar les obres. En aquests moments es troba en l'oficina de supervisió de projectes com a pas previ a la licitació de l'obra.

B. Altres actuacions realitzades en els CdT han sigut:

- Auditories energètiques en els Cdt de Torrevieja, Alacant i Benidorm (aquesta actuació finalitzarà en 2017).
- Millora de l'accessibilitat en les sales d'actes d'alguns centres (Invattur i CdT de Torrevieja).
- Adaptació a gas natural de les instal·lacions del Cdt de Torrevieja.
- Millora en la tanca de parcel·la al Cdt d'Alacant.
- Així com altres actuacions complementàries respecte a diverses instal·lacions:

- Substitució de sostres en 2 zones de cuines i vestíbul del CdT de València.
- Adequació de la cuina, substituint canals d'abocament en acer inoxidable en cuines del CdT de Benidorm.
- Altres actuacions d'adequació de la instal·lació elèctrica al CdT de Gandia.

C. Altres actuacions per a reforçar el producte paleontològic.

Redacció de projecte per a la realització i instal·lació de 6 reproduccions de dinosaures en 6 jaciments paleontològics de la CV.

4.3. SENYALITZACIÓ TURÍSTICA

El seu objectiu consisteix a introduir factors d'identificació i diferenciació de la Comunitat Valenciana i articular el territori, a través d'una senyalització homogènia en tot l'àmbit autonòmic i singular en cada destinació turística. Pretén, també, donar a conèixer i integrar en destinació els distints elements que conformen el producte turístic valencià: recursos, oferta i serveis turístics, serveis públics, etc. En l'actualitat, hi ha instal·lats més de 1.800 senyals en tots els accessos als 542 municipis de la Comunitat, incloent-hi els seus nuclis menors de població.

Durant 2016 s'han realitzat actuacions puntuals de manteniment i conservació de la dita senyalització turística ja instal·lada. Les actuacions més significatives han sigut:

- Reparació i substitució dels senyals a Callosa d'en Sarrià i Tabarca (Alacant).
- Substitució de continguts en 14 marquesines instal·lades en l'AP-7.
- Subministrament i instal·lació de 9 senyals SISTHO a ubicar en 5 municipis de la Comunitat, [aquesta actuació finalitzarà l'any 2017].

4.4. PIP: PROGRAMA SUPORT A LA INVERSIÓ PRODUCTIVA

En el marc del Pla especial de suport a la inversió productiva de la Generalitat dirigit als municipis, des del Servei d'Infraestructures Turístiques durant el 2016 s'ha destinat una partida pressupostària a fi d'atendre les sol·licituds dels distints ajuntaments que compleixen els requisits per a autoritzar els projectes.

Durant l'exercici 2016 ha finalitzat les obres del projecte de Morella: centre de recepció de visitants i aparcaments de residents.

4.5. ACTUACIONS EN CENTRES BTT

La Xarxa de Centres BTT de la Comunitat Valenciana és una iniciativa que permet, sota un mateix estàndard de producte, la pràctica de la bicicleta tot terreny, posa en valor recursos turístics, paisatgístics i culturals, i permet durant tot l'any i principalment a les comarques d'interior la seua pràctica.

La Xarxa de Centres BTT té operatius un total de 10 centres, més de 130 rutes i 4.200km abalisats distribuïts de la manera següent:

Província de Castelló:

- Els Ports (Morella),
- Alt Palància (Navajas),
- Costa de Azahar (Torreblanca)
- Alt Millars (Montanejos)

Província de València:

- Els Serrans (Aras de los Olmos),
- El Valle (Cofrentes),
- Massís del Caroig (Moixent)
- la Ribera (Alzira)

Província d'Alacant:

- el Comtat (l'Orxa)
- Vall de Pop (Parcent).

Durant el 2016, s'ha realitzat una ruta d'ampliació del Centre BTT Vall de Pop que uneix els municipis de Benissa i Calp, amb la qual cosa es possibilita una nova via d'accés als usuaris des de la costa al centre BTT i viceversa, contribuint a la desestacionalització i aportant sinergies al conjunt.

4.6. ASSESSORAMENT I INFORMACIÓ TÈCNICA

Com a servei tècnic de caràcter horitzontal, s'ha col·laborat amb altres serveis mitjançant l'assessorament en aspectes tècnics, com ara la intervenció per a la millora i l'adequació d'instal·lacions; la creació o el trasllat de noves oficines d'informació turística; la realització de plans de distribució i revisió de la construcció d'estands; la supervisió de les actuacions realitzades per altres serveis com ara distints tipus d'ajudes a municipis o el compliment de normativa exigible a les noves construccions. Així mateix s'ha prestat la necessària **col·laboració** en la redacció de plecs de caràcter tècnic que afecten instal·lacions, concursos de subministraments energètics, etc.

D'altra banda i a fi de complir amb les obligacions d'informació a requeriment de diversos organismes s'han emés **informes preceptius d'actuacions davant de diversos organismes** en relació a:

- Assistència tècnica i informe d'actuacions temporals promogudes pels ajuntaments de la Comunitat en zones de domini públic marítim terrestre.
- A petició de la conselleria competent en matèria d'urbanisme, i amb caràcter preceptiu, es revisen i s'emeten informes sobre els plans generals d'ordenació urbana municipals i altres actuacions que puguin tindre impacte turístic a la Comunitat Valenciana.

- 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 l'Agència instal·lada a les platges de la Comunitat Valenciana.

També s'han emés 228 informes per als serveis provincials de Costes del Ministeri d'Agricultura, Alimentació i Medi Ambient en les tres províncies.

5. ACTIVITATS DEL SERVEI D'INNOVACIÓ I RELACIÓ AMB LES UNIVERSITATS

5.1. ACCIONS D'INNOVACIÓ TURÍSTICA – INVAT·TUR

Durant l'any 2016 l'Institut Valencià de Tecnologies Turístiques (Invat·tur), seguint en la línia de consolidació del centre, ha intensificat notablement la labor realitzada pel foment de la innovació, la investigació i la transferència de coneixement a tot el sector turístic de la Comunitat Valenciana, ampliant tant el nombre d'activitats, projectes i estudis com les zones geogràfiques en què s'han desenvolupat:

- Increment de l'activitat respecte a semestres anteriors.
- Obertura del "radi d'acció" de l'Invat·tur en tota la Comunitat Valenciana.
- Nombre més gran de peticions de col·laboració des de tots els àmbits: administració, associacions, universitats, empreses privades, centres d'investigació, etc.
- Inici del Programa d'investigació, innovació i transferència de coneixement amb universitats valencianes

Els eixos d'actuació de l'Invat·tur s'han mantingut en línia amb els establits a l'inici del seu funcionament, reforçant-los i amb la incorporació del nou programa de col·laboració amb universitats per a foment de la investigació i innovació en el sector turístic:

- Estudis i informes de tendències.
- Invat·tur Emprén: difusió de l'emprenedoria tecnològica en turisme i suport a projectes emprenedors.
- Estudis, informes i manuals relacionats amb la gestió de la presència en línia de les destinacions turístics.
- Innovació en gastronomia – Laboratori de Cuina
- Exploració i potenciació del màrqueting en línia i el mitjà social en turisme.
- Foment de la competitivitat empresarial
- Suport a les destinacions turístiques en l'adopció de nous sistemes i eines innovadores i tecnològiques.

Les **principals línies de treball** de l'institut durant **2016** van ser les següents:

5.1.1. INTEL·LIGÈNCIA competitiva i vigilància tecnològica

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

- Booking Monitor
- Jornades de tendències en màrqueting en línia i SMM.
- Fòrums, jornades i seminaris sobre tendències de mercat.
- Butlletí Invat·tur (genèric, monogràfics i sobre emprenedoria)
- Jornades d'I+D+i
- Certificació AENOR com a Unitat d'Intel·ligència Competitiva
- Participació en fòrums d'intercanvi d'experiències en vigilància competitiva

5.1.2. 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 especial insistència en el caràcter tecnològic dels projectes i idees als quals es dona suport. Entre les actuacions desenvolupades en 2016 destaquen:

- Formació bàsica en emprenedoria turística CdT – Invat·tur
- Ampliació de l'ecosistema emprenedor en turisme – Invat·tur-Emprén.
- Programa de creació i impuls d'empreses turístiques: edició València i Alacant
- Fòrums i jornades
- Incorporació de nous projectes a l'àrea de cotreball i viver d'empreses i projectes emprenedors
- Continuïtat del Programa d'assessorament a projectes i empreses
- Sistema de suport a l'emprenedor

5.1.3. PROJECTES I+D+I

Invat·tur desenvolupa projectes d'I+D+i de manera autònoma o en col·laboració amb altres centres d'investigació. De manera prioritària, es plantegen projectes d'investigació vinculada a empreses, que garantisquen la cooperació entre l'Invat·tur, els diferents centres d'investigació, els instituts tecnològics i les empreses turístiques. Entre els projectes desenvolupats en 2016 per l'Invat·tur cal destacar:

- Suport desenvolupament de projectes d'I+D+i
- Destinacions intel·ligents CV: projectes pilot de metodologia LEAN a Finestrat
- Manual d'implantació de metodologia LEAN en destinacions
- VI Baròmetre Xarxes Socials i Destinacions
- Nous manuals de xarxes socials i destinacions CV:
 - Guia de geolocalització en línia de la Xarxa Tourist Info de la CV
 - Guia de vídeo màrqueting en línia de la Xarxa Tourist Info de la CV
 - Manual operatiu per a la gestió de blogs en destinacions turístiques
- Estudi sobre ús mitjà social a nivell internacional per part de les destinacions competidors de la CV
- Quadre de Comandament de Xarxes Socials v2
- Estudi d'obstacles a la creació d'empreses turístiques innovadores 2016. Invattur Emprén
- Estudi per a la dinamització turística del port d'Alacant
- Estudi perfil xefs de la CV Enfocament cap a la prevenció
- Estudis realitzats en el marc del grup de treball de centres tecnològics en turisme d'Espanya, en coordinació amb Thinktur – ITH:

- Tendències en tecnologia i turisme 2016
- *Smart data* i *open data* en turisme
- Publicacions en revistes i congressos científics.

5.1.4. Laboratori de cuina

Cada vegada és més evident que la fusió entre cuina i ciència és un factor clau per a innovar en els restaurants i ser o arribar a ser més competitiu. Des del punt de vista científic, es poden abordar més fàcilment els fenòmens que succeeixen en els foguers 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 2016 destaquen:

- Investigacions sobre productes gastronòmics de la Comunitat Valenciana
- Aules de cuina i ciència
- Expert universitari en cuina tecnològica

5.1.5. Comunicació i transferència de resultats

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

- Difusió de l'activitat de l'Invat·tur en fòrums i jornades a través de les universitats valencianes
- Establiment de protocols de col·laboració amb agents turístics
- Participació en programes formatius especialitzats: UMH, UA, etc.
- Desdejunis Invat·tur
- Publicacions de resultats i conclusions jornades i projectes
- Formació Invat·tur – Xarxa CdT: #SMTurisme (3a edició)
- Potenciació de la presència de l'Invat·tur en mitjans de comunicació generalistes i especialitzats.

Resum de les activitats 2016 organitzades en l'INVAT·TUR:

Període	NÚM. Activitats	NÚM. Assistents
Gener	10	125
Febrer	44	372
Març	34	377
Abril	36	614
Maig	42	180
Juny	22	264
Juliol	18	186
Agost	4	36
Setembre	39	301
Octubre	37	525
Novembre	26	530
Desembre	14	148
TOTAL	326	3.658

5.2. ACCIONS DE RELACIÓ LES UNIVERSITATS

Naix amb l'objectiu de liderar un ecosistema de coneixement avançat amb la participació de les universitats i sota el lideratge d'Invat-tur, s'articula a través de convenis bilaterals de col·laboració amb 5 universitats valencianes (Universitat Jaume I de Castelló, Universitat de València, Universitat Politècnica de València, Universitat Miguel Hernández d'Elx i Universitat d'Alacant). Tots els convenis tenen com a objecte la realització conjunta en 2016 de projectes d'investigació i innovació en benefici del sector turístic valencià d'acord amb el detall següent:

- Universitat d'Alacant: l'objecte principal d'aquest conveni ha sigut la coplanificació estratègica aplicada al sector turístic de la Comunitat Valenciana.

El conveni inclou dues línies d'actuació:

- o Planificació estratègica aplicada al sector turístic de la Comunitat Valenciana. Incloent-hi tot el procés d'investigació, incloent-hi jornades de participació, enquestes i altres mètodes, per a analitzar la situació de la planificació turística i l'estudi de propostes estratègiques per al desenvolupament turístic de la comunitat valenciana, aquests treballs han donat com a resultat El Llibre Blanc del Turisme de la Comunitat Valenciana.
 - o La segona línia d'actuació del conveni ha estat dedicada a la qualificació en clau innovadora dels professionals del sector turístic valencià, incloent-hi entre altres accions de transferència les següents:
 - Màster en Direcció Hotelera
 - Programa de doctorat
 - Expert Universitari en Cuina Tecnològica
 - Fòrum Internacional de Turisme de Benidorm
- Universitat de València: l'objecte principal d'aquest conveni ha sigut la realització d'estudis relacionats amb el paisatge valencià posicionat com a element central del fet turístic.

El conveni inclou tres línies d'actuació:

- o Recursos paisatgístics i anàlisi de la seua potencialitat turística. Dins d'aquest epígraf s'inclou la Identificació dels 100 paisatges valuosos i valorats, mitjançant un equip d'investigadors pluridisciplinaris. La creació d'un banc d'imatges fotogràfiques dels paisatges valencians. Un procés de participació amb nou jornades vertebrant el territori amb l'objecte de contrastar la selecció prèvia de paisatges valuosos. Elaboració de la publicació "Claus del turisme valencià".
- o Configuració, entorn dels paisatges valencians, de nous productes turístics, incloent-hi estudis sobre els visitants a la Comunitat Valenciana i el

tractament del paisatge en les webs turístiques de la Comunitat Valenciana.

- o També s'hi inclou una línia dedicada a la promoció i comercialització de productes turístics de base paisatgística. Incloent-hi la publicació digital de "Paisatges valencians, valuosos i valorats", l'exposició itinerant de panells "Paisatges valuosos, paisatges valorats", una exposició fotogràfica de "Paisatges simbòlics valencians" amb el seu catàleg, el congrés "Innovació, paisatges i turisme" celebrat a València amb publicació de les seues actes sota el títol "Paisatge Turisme i Innovació" i un pla de comunicació digital amb pàgina web, xarxes socials i la creació de formats audiovisuals específics, així com la realització de l'audiovisual per a televisió "Paisatges valencians"
- Universitat Jaume I: l'objecte principal d'aquest conveni ha sigut l'impuls al turisme ètic i responsable entre els agents turístics valencians.

El conveni inclou dues línies d'actuació diferenciades:

- o Impuls al turisme ètic i responsable entre els agents turístics valencians amb l'adaptació del codi ètic mundial al sector turístic valencià, incloent-hi l'anàlisi i treball de camp, així com l'elaboració de material didàctic per a la promoció del turisme ètic i la realització d'una jornada de turisme responsable i sostenible.
- o La segona línia d'actuació inclou un estudi denominat "anàlisi, diagnòstic i prognosi del turisme en els municipis de l'entorn de l'aeroport de Castelló", amb distintes fases d'estudi i diagnòstic, incloent-hi jornades en el territori, així com el disseny d'estratègies competitives i la modelització econòmica dels factors explicatius de la demanda.
- Universitat Politècnica de València: l'objecte principal d'aquest conveni ha sigut el desenvolupament d'estudis en l'àmbit de la gastronomia, el turisme i la pesca, i s'han desenvolupat les activitats següents:
 - o Realització d'un estudi sobre l'estructuració d'un model de producte turístic en el municipi de Gandia basat en els recursos pesquers que tracte del disseny i adequació legal d'activitats, efectes socials del turisme en la població receptora i competitivitat de la destinació turística. Aquest treball ha inclòs el treball de camp i l'anàlisi de situació en altres destinacions nacionals i internacionals.
 - o Elaboració d'un receptari mariner i de tècniques culinàries tradicionals i modernes sobre les espècies pesqueres autòctones.
- Universitat Miguel Hernández d'Elx: l'objecte principal d'aquest conveni ha sigut l'anàlisi en clau dades massives 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:

- o Un primera dedicada a l'estudi de les sèries Familiar i Egatur des d'un punt de vista descriptiu, la creació de models d'entrenament per a sèries temporals posteriors i la recerca, formatatge i integració de fonts dades obertes a les dades de 2015 i següents. També s'ha treballat en la generació de models predictius per a la classificació de la despesa en destinació, la segmentació de la demanda en funció de criteris discriminants i les anàlisis de requeriments per a l'estimació en àrees xicotetes.
- o La segona línia s'ha dedicat a la divulgació i transferència de coneixement amb l'organització d'una jornada de turisme i dades massives i la publicació d'articles especialitzats.

6. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE FORMACIÓ I ACCELERACIÓ EMPRESARIAL

6.1. FORMACIÓ

La Formació Turística per a l'Ocupació, és executada a través de la **Xarxa de Centres de Turisme** de la Comunitat Valenciana, mitjançant actuacions formatives i de difusió i transferència de resultats.

La política de formació s'articula i 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 als diferents territoris de la Comunitat.

La Xarxa de Centres de Turisme treballa, des dels seus inicis, en dues línies d'activitat (formació contínua i formació ocupacional), la qual cosa va suposar l'any 2016 un total de 873 cursos, 16.858 participants i 43.133 hores de formació en el conjunt dels CdT.

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

	Formació per a l'ocupació	Formació contínua	Total
Núm. de cursos	407	466	873
Núm. de participants	36.466	6.667	16.858
Hores de formació	10.206	6.652	43.133

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

	Castelló	Alacant	València	Total
Núm. de cursos	125	438	310	873
Núm. de participants	2.203	7.693	6.962	16.858
Hores de formació	9.035	20.652	13.446	43.132

D'aquestes activitats, cal destacar que l'activitat formativa als municipis d'interior de la Comunitat, 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, s'articulen a través de les sol·licituds

que cursen ajuntaments, associacions empresarials turístiques i ADLS, que donen com a resultat la realització d'actuacions formatives *in situ*, atenent criteris qualitius sobre altres de caràcter quantitatiu.

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

	Castelló	Alacant	València	Total
Cursos	57	104	39	200
Hores	1.035	1.749	263	3.047
Alumnes	1.093	1.919	569	3.581

Així mateix, i pel que fa a la formació en línia, en 2016 es manté el nombre d'actuacions formatives, s'augmenten el nombre d'hores i usuaris respecte a l'any anterior, es continua la consolidació d'aquest tipus de formació i compta amb l'ampliació pròpia de continguts, ja no sols en idiomes com a alemany turístic i Italià turístic, sinó també en cursos que puguen dirigir-se a desocupats com el personal de neteja de pisos en hotel.

	Cursos	Hores	Participants
Cdt e-Formació	79	1.293	2.808

6.1.1. QUALIFICACIÓ contínua

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

Aquesta modalitat es caracteritza per oferir cursos de curta duració, amb un enfocament eminentment pràctic i compatible amb l'horari professional, impartits per professionals experts en el sector turístic i coneixedors, en detall, del conjunt de problemes del sector turístic de la Comunitat Valenciana.

En 2016, en la Xarxa de Centres es van realitzar 466 cursos de formació contínua, que van comptar amb 6.667 participants, i van suposar 6.652 hores de formació.

6.1.2. Formació per a l'Ocupació

La Formació per a l'Ocupació està dirigida a col·lectius de desocupats, tant de llarga duració (PLD) com d'inserció de col·lectius joves de població (IJ). El seu fi últim és la qualificació en un ofici que facilite la incorporació al mercat de treball d'aquests col·lectius, possibilitant, en última instància, les vies per a la inserció professional dels alumnes. Es caracteritza aquesta formació ocupacional per ser cursos de llarga duració, d'enfocament molt pràctic, que es desenvolupa principalment en les àrees de cuina, servei i formació complementària.

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

En l'actualitat els CdT de la Xarxa es troben homologats pel SERVEF o en via d'aprovació per a la impartició dels certificats de professionalitat de la família "Hostaleria i Turisme" publicats, realitzant-se un esforç especialment intens en aquelles qualificacions professionals la inserció laboral de les quals és més factible (Cuina, Servei de Bar, Cafeteria i Restaurant), però també ampliant i consolidant el catàleg d'accions formatives d'acord amb les necessitats professionals, continuant amb el procés de reconeixement oficial i formal de les competències adquirides pels participants en els cursos que s'imparteixen en els centres de la Xarxa, vetllant d'aquesta manera per la millora de la formació i professionalitat del sector turístic, mitjançant l'obtenció dels mencionats certificats de professionalitat, instrument que permet acreditar la capacitació per al desenvolupament d'una activitat laboral amb significació per a l'ocupació, configurant un perfil professional de caràcter oficial, vàlida en tot el territori nacional i reconeixement a nivell europeu. Així doncs, durant 2016 ja s'ofereix pràcticament tot el catàleg de certificats de professionalitat incloent-hi les noves certificacions de nivell 3 en Gestió de Producció en Cuina i Gestió de Processos de Serveis en Restauració.

Així mateix, la recerca de la qualitat i de l'excel·lència continua sent un objectiu prioritari en els àmbits de l'activitat investigadora i d'innovació tecnològica, i el Programa mitjà social 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 2016 es continua 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 2016 del Programa emprendre en turisme, dirigit a emprenedors, i posat en marxa també en col·laboració amb Invat-tur, és una clara aposta per aquest col·lectiu.

Durant 2016, han sigut 407 els cursos de formació professional per a l'ocupació impartits, amb 36.466 participants i 10.206 hores de formació.

6.1.3. 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 eina per al desenvolupament social i econòmic mitjançant la transferència dels resultats, a través de la creació d'ocupació, destacant la implementació del portal d'ocupació turística CdTJobs, borsa de treball en línia dirigida a participants en cursos de la Xarxa CdT i a empreses del sector que busquen cobrir llocs de treball, que durant 2016 ha vist créixer de manera considerable el nombre d'ofertes de treball introduïdes en el sistema i la interacció dels usuaris/demandants. Les xifres a què

han arribat al desembre 2016 és de 504 demandants i 131 empreses que ofereixen treball. El nombre d'ofertes publicades són 208.

6.1.4. Canal CdT TELEVISIÓ

El Canal CdT Televisió, plataforma multimèdia i canal formatiu que permet visualitzar en directe els cursos que s'imparteixen, són clara mostra de l'aposta per estar a l'avantguarda en aquesta matèria. Durant 2016 continuen les emissions a través del dit canal.

6.1.5. SUPORT a iniciatives de promoció i difusió

La presència activa de la Xarxa CdT i la seua imbricació en el sector turístic queda reflectida, igualment, en les actuacions complementàries a les accions formatives de la Xarxa CdT, amb la participació en diferents actes de promoció turística, fires, tallers, *showcookings*, etc.

En definitiva, una labor de suport a iniciatives de promoció desenvolupades per institucions i associacions empresarials de la Comunitat Valenciana, que afavoreix l'aproximació al col·lectiu empresarial a través de la participació activa dels alumnes de formació professional per a l'ocupació.

I tan decisiu com acostar-se a l'empresa i als professionals del sector és sensibilitzar i conscienciar al conjunt de la societat valenciana sobre la importància d'un producte turístic de qualitat. Jornades gastronòmiques, jornades de portes obertes i esdeveniments semblants constitueixen algunes de les iniciatives desenvolupades durant 2016, i dirigides als diversos col·lectius socials, amb la finalitat de donar a conèixer la labor que desenvolupen els CdT a favor de l'educació i conscienciació en matèria turística.

6.2. PROGRAMA ACCETUR: ACCELERADOR EMPRESARIAL I DE L'ACCÉS D'EMPRENEDORS AL MERCAT DEL TURISME

En el marc de les polítiques de foment de l'economia turística, l'ocupació i el teixit empresarial, l'Agència Valenciana del Turisme ha posat en marxa en 2016 un nou programa d'impuls de la competitivitat i l'emprenedoria turística.

El Programa **Accetur** -Accelerador Empresarial de l'Accés d'Emprenedors al Mercat del Turisme- amplia el marc estratègic la Xarxa de CdT amb noves línies d'actuació per a emprenedors i pimes del sector mitjançant una xarxa d'acceleradors, nous programes de capacitat empresarial i serveis directes a emprenedors i empreses.

El programa té com a destinataris a desempleats amb formació en professions turístiques, emprenedors, autònoms, micropimes i pimes, com a principals actius del teixit productiu turístic; així com a les entitats de desenvolupament local i associacions sectorials en termes de cooperació i coordinació d'actuacions.

a. Accetur s'articula basant-se en els següents **objectius estratègics**:

- Captar i orientar cap al mercat el potencial emprenedor de les persones formades en professions turístiques.
- Introduir nous valors de sostenibilitat empresarial, gestió intel·ligent dels recursos i del territori, amb estructures productives modernes, rendibles i capaces de créixer.
- Millorar els serveis públics d'informació i atenció a empreses i emprenedors turístics, acostant les actuacions al territori a través dels Espais Accetur en la Xarxa de CdT.

b. Línies operatives i actuacions 2016 estan orientades al suport a persones amb inquietuds emprenedores i de millora empresarial per a:

- Emprendre en turisme
- Desenvolupar projectes emprenedors
- Crear noves empreses
- Donar suport a empreses joves o madures en els seus plans de millora per a ser més competitives.

c. Després dels treballs de prospecció i conceptualització del nou programa, s'ha desenvolupat una **marca i imatge pròpia** que permetia identificar de manera clara els nous espais i serveis dins dels CdT: *Manual de Marca ACCETUR, Manual d'Aplicació d'Imatge a Suports* i producció de suports

La presentació institucional al sector es va realitzar l'11 de maig de 2016 a Castelló i al llarg de l'exercici s'ha participat en distints esdeveniments sectorials i d'emprenedoria (FOCUS Innova, Universitat de València, etc.), per a donar a conèixer el programa.

d. Espais Accetur i Portal Accetur: des de maig de 2016 el CdT de València disposa d'un espai destinat a l'atenció d'emprenedors i empreses, situat en la planta baixa de l'edifici. Aquest espai ha rebut en 2016 més de 100 peticions d'informació i ha registrat 55 altes d'emprenedors per a participar en els itineraris.

- Dinamitzar el teixit productiu mitjançant la qualificació empresarial; identificació d'oportunitats de negoci per a nous projectes empresarials, transferència de coneixement, foment de la creativitat i cooperació empresarial.

Així mateix, durant el present exercici s'han definit els procediments bàsics, formularis, fonts d'informació, contactes i documentació per a l'atenció d'emprenedors i gestió dels itineraris i serveis (cotreball, instal·lacions, etc.) a fi de la seua implantació en 2017 en tota la Xarxa de CdT d'aquests espais Accetur i la generació de continguts bàsics per a la posada en marxa dels serveis d'informació en línia del programa.

e. Jornades i tallers. A fi de captar el potencial emprenedor i difondre coneixements bàsics sobre oportunitats del sector, actituds i capacitats emprenedores entre els alumnes de la Xarxa de CdT, s'han realitzat:

- Jornades d'Emprenedoria en Hostaleria Crear el teu propi Negoci? S'han celebrat set jornades a les quals han assistit prop de **700 participants** de les especialitats de cuina, sala, sommelieria i rebosteria. S'ha comptat amb la participació d'entitats locals de desenvolupament i economia cooperativa, associacions del sector i cambres de comerç.

- S'han realitzat set Panells d'Emprenedors, en els quals han participat més de **30 exalumnes de la Xarxa de CdT** que han compartit la seua experiència professional i empresarial amb els participants.
- Tallers sobre Oportunitats del Sector Turístic, Emprenedoria i Tècniques de Recerca d'Ocupació. S'ha dissenyat un mòdul formatiu de 16 hores de duració, adaptat específicament als objectius del programa i perfil de l'alumnat, del qual s'han realitzat en 2016 nou edicions pilot, impartides a més de **100 alumnes** dels CdT de València, Castelló i Alacant. Aquesta experiència s'estendrà a partir de 2017 a tots els centres i cursos de la Xarxa de Centres: tots els alumnes de formació ocupacional rebran aquest mòdul, que s'oferirà també a altres centres professionals.

f. Accetur Emprenedors. En 2016 s'han realitzat els treballs previs de prospecció de l'oferta formativa per a empenedors i de les competències empenedores en el marc europeu i del sector turístic. També s'ha treballat en el disseny d'un programa de formació per a empenedors turístics que es posarà en marxa en 2017.

g. Accetur Crea Empresa. S'ha realitzat un curs taller sobre fórmules empresarials i elaboració de plans d'empresa, dirigits a equips d'empenedors amb projectes turístics, amb un total de participació de **13 projectes empenedors i cinc projectes d'empreses** per al desenvolupament de línies de negoci en turisme (sis a València, set a Alacant i cinc a Castelló). També s'han realitzat dos tallers pilot, a València i Alacant, respectivament i cinc visites tècniques i informes bàsics del potencial turístic d'empreses cooperatives agroalimentàries (oleoturisme i taronges) i un projecte d'inversió en oleoturisme a Castelló.

h. Accetur Avança Pime. En 2016 s'han dut a terme els treballs previs de prospecció i estudi de l'àmbit competencial per a empresaris que estableix la Unió Europea, així com l'estudi de necessitats per a optimitzar els formats més funcionals per a la formació dels empresaris turístics a través de la programació de cursos i jornades en la Xarxa de CdT.

Així mateix, s'ha dissenyat un programa per a la realització de diagnòstics de competitivitat a mida i capacitació empresarial, amb formació per a autònoms, micro empresaris i caps mitjans del sector turístic sobre gestió estratègica empresarial, amb el qual s'espera aconseguir en 2017 a més de 100 empreses, a través d'un conveni de col·laboració amb el Consell de Cambres de la Comunitat Valenciana.

i. Beques Accetur. En el marc de la convocatòria de beques per a l'especialització professional de joves titulats en turisme, en 2016 s'ha creat una especialitat sobre formació i dinamització de l'empenedoria i competitivitat turística. En l'actualitat, des de maig de 2016, l'equip compta ja amb una becària.

j. Actuacions de col·laboració i cooperació amb entitats. Totes les accions dutes a terme en 2016 s'han plantejat sota el paràmetre de col·laboració amb entitats públiques i privades, de l'àmbit de l'empenedoria, la promoció econòmica i el turisme, buscant sinergies i cooperació entre els distints programes.

En concret, s'han establert distintes col·laboracions amb: 13 associacions professionals del sector turístic, 10 entitats de desenvolupament local i altres entitats, 31 empenedors o professionals d'èxit, exalumnes de la Xarxa de CdT i les oficines de la Xarxa Tourist Info.

Així mateix, s'han estudiat instruments per a articular mecanismes estables de col·laboració per a la captació d'oportunitats i projectes al llarg del territori.

k. Altres actuacions. Al llarg de 2016, s'ha treballat també en la detecció i estudi de necessitats específiques de formació per a determinats subsectors, col·lectius territorials o cooperatives agroalimentàries que desitgen obrir línies de negoci en turisme, millorar la seua competitivitat o la seua formació per a l'emprenedoria, en col·laboració amb el Programa CreaTurisme.

7. ACTIVITATS DEL SERVEI DE PROMOCIÓ I PRODUCTE

Durant l'any 2016 s'han incrementat les accions de promoció notablement al mateix temps s'ha aprofundit en la política de promoció basada en els productes turístics.

A continuació es destaca, segons el tipus d'actuació, quina ha sigut l'evolució pel que fa a accions promocionals.

7.1. ACTUACIONS DIRIGIDES A PÚBLIC FINAL I A PROFESSIONALS DEL SECTOR

Pel que fa a actuacions dirigides a **públic final**, durant 2016, s'han realitzat, en coordinació amb Turespaña, un total de **39 actuacions dirigides a públic final** en països com França, Bèlgica, Alemanya, Holanda, Noruega, Polònia o Xina.

Quant a actuacions dirigides a **professionals del sector**, cal destacar tant les realitzades en els mercats d'origen, destinades a professionals dels principals mercats emissors, com les realitzades en la mateixa Comunitat Valenciana i destinades al sector professional de la Comunitat:

- **Actuacions destinades a professionals dels mercats emissors:** com ara la participació en jornades i tallers realitzats per operadors turístics a Rússia, Bèlgica o Holanda, o la participació en les jornades inverses organitzades per Turespaña amb operadors britànics de turisme de golf en o de turisme cultural.
- **Viatges de familiarització per a operadors turístics i mitjans de comunicació (FAM I PRESS TRIPS):** en 2016, es van dur a terme un total de **55 viatges de familiarització para mitjans de comunicació i operadors turístics d'un total de 21 països**, entre aquests Regne Unit, França, Rússia, països escandinaus, Alemanya, Bèlgica, Holanda, EUA o Xina

Cal destacar l'organització de **viatges de familiarització destinats a operadors o mitjans especialitzats en productes**. Com a exemple, podem mencionar els destinats operadors de turisme lingüístic nord-americans, de segment Premium suïssos o alemanys, o de turisme esportiu o de golf, familiar, cultural, de naturalesa, entre altres; així com els organitzats per a mitjans especialitzats en turisme urbà o de gastronomia.

- **Fires i certàmens turístics:** la presència en fires i certàmens turístics ha registrat un notable augment respecte a l'any anterior, amb assistència a un total de **48 certàmens: 20 en territori nacional i 28 en altres països**.

En aquest apartat, cal subratllar:

- D'una banda, **l'assistència habitual a les principals fires del sector**, com la World Travel Market de Londres, la ITB de Berlín o Fitur a Madrid, amb estand propi o espais singulars en l'estand de Turespaña.
- **El reforç de l'assistència a certàmens turístics a Espanya** (Barcelona, Bilbao, Saragossa o Valladolid), que, combinats amb la campanya de *street* màrqueting i de publicitat reforcen la promoció turística en el mercat nacional, i **en determinats mercats internacionals amb creixements en les xifres de turisme cap a la Comunitat, com els països escandinaus o França.**
- **I molt especialment l'assistència a certàmens especialitzats en diferents productes:** tant a nivell nacional com internacionals en determinats productes, com poden ser el cicloturisme, el turisme d'incentius, congressos i esdeveniments (Imex a Las Vegas o Frankfurt e EIBTM a Barcelona), en el golf o la connectivitat aèria (Routes Europe), o el turisme ornitològic.

7.2. ACTUACIONS GENÈRIQUES DE PRODUCTE

Durant 2016 s'ha iniciat un notable canvi d'orientació pel que fa a la política de promoció, que dona un gran protagonisme al vessant de producte. Així, s'ha posat en marxa el **Programa de Creaturisme**, que reconeix l'existència de cinc grans grups de producte: sol i platja; Mediterrani rural; MICE, cultural i urbà; salut, social i esportiu; gastronòmic, i que identifica en cada un d'aquests grups un destacat volum de productes turístics.

Dins del dit programa s'ha iniciat una intensa interlocució amb agents del sector, i s'han celebrat jornades professionals amb els agents especialitzats en turisme gastronòmic, enoturisme, oleoturisme, turisme ornitològic, eqüestre, nàutic, busseig, etc.

7.3. ACTUACIONS DE PROMOCIÓ EN LÍNIA EN MERCATS EMISSORS (DIGITAL MÀRQUETING)

En consonància amb la ràpida digitalització del sector turístic i la creixent influència de les xarxes socials, **durant 2016** s'han realitzat diferents accions de promoció en línia en mercats com el noruec, el finès, el belga o l'Italà.

7.4. TURISME CULTURAL I RUTES TURÍSTIQUES

7.4.1. Col·laboració en festivals i esdeveniments

Alguns esdeveniments musicals i esportius estan posicionant-se com a un element de gran atractiu turístic amb àmplia repercussió i impacte mediàtic per la qual cosa constitueixen una eficaç plataforma de difusió publicitària.

La vinculació de la marca Comunitat Valenciana a determinats esdeveniments, esportius o musicals, de gran repercussió mediàtica i d'important aflluència de públic permet impulsar el posicionament turístic de la Comunitat Valenciana. A més d'aconseguir la difusió d'un determinat producte turístic i la potenciació de la imatge d'una destinació, s'aconsegueix la vinculació de determinats segments poblacionals al nostre territori.

Respecte als festivals turístics a l'estiu de 2016 es va presentar la marca **Mediterranew Musix**, que té la intenció d'aglutinar sota el seu paraigua tots els grans esdeveniments musicals que tinguen lloc al nostre territori amb la intenció de promocionar la Comunitat Valenciana com a terra de festivals.

7.4.2. Ruta de la Seda

L'Agència Valenciana de Turisme va iniciar l'any 2015 el desenvolupament d'una estratègia per a la Ruta de la Seda, dirigida a la creació i estructuració d'una oferta entorn de la tradició sedera i dels recursos patrimonials existents, a través de diferents accions d'investigació, creació de rutes o itineraris, difusió, promoció, organització i participació en esdeveniments interessants de cara a una major projecció de la Ruta de la Seda tant a nivell de la societat civil com de visitants d'altres llocs.

Amb la voluntat d'unir esforços per a canalitzar la col·laboració en l'impuls a la iniciativa "València, ciutat de la seda 2016" i el desenvolupament d'una estratègia per a la Ruta de la Seda 2016/2020, es va crear un **grup de treball**, liderat per l'Agència Valenciana de Turisme, l'objectiu del qual és treballar de manera coordinada en el projecte i posar en comú les propostes de les diferents entitats participants.

Així la Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport de la Generalitat Valenciana, l'Ajuntament de València, la Diputació de València, el Col·legi de l'Art Major de la Seda, la Universitat de València i la Cambra de Comerç de València, van firmar un **protocol de col·laboració**, el dia 4 de maig de 2016 l'objectiu últim del qual és definir una estratègia turística que tinga el valor afegit de cada una de les entitats participants, l'assessorament mutu i la coordinació per a la realització de projectes i programes d'interés comú.

Atés que el centre UNESCO València/Mediterrani va ser designat "Focal point del Programa plataformes de la de l'OMT", l'Agència Valenciana de Turisme, va establir mitjançant la firma del corresponent conveni el desenvolupament d'accions vinculades a la Ruta de la Seda com ara la "Multaga de les tres cultures" i la trobada amb ambaixadors del Programa UNESCO.

El desenvolupament del projecte de la Ruta de la Seda té una gènesi i unes particularitats molt específiques que determinen que no es tracta d'un "producte turístic" a l'ús. Entre aquestes cal destacar:

- Origen en un mandat de Les Corts.
- Completament nou per a l'Administració turística: necessitat d'investigació.
- Gran pes institucional: els principals agents implicats són administracions o entitats sense ànim de lucre.
- Necessitat de fomentar la implicació del sector turístic.

- Variades vessants sobre les quals es pot treballar: festes, gastronomia, música, falles, educació, etc.
- Difusió de cara a la societat civil.

Durant 2016 s'ha treballat, en dues fases, una primera amb els objectius d'identificació d'agents, fonamentalment institucionals, amb implicació en la posada en marxa del projecte i de realització d'accions dirigides a la creació d'un recurs turístic i una segona amb els objectius d'aconseguir la implicació del sector turístic i difondre la ruta. Les línies d'actuació d'aquest programa han sigut les següents:

1a. Imatge corporativa del projecte

Per a dur a terme una política promocional efectiva entorn de la història i els recursos de la seda, s'ha considerat necessari comptar amb una imatge o logotip específic per a aquest producte. Així, en col·laboració amb les associacions de dissenyadors, il·lustradors i publicistes, es va realitzar una crida a projecte per al disseny de lliure creació d'un logotip per al concepte, amb diverses versions, una versió en castellà Ruta de la Seda, adaptada a Comunitat Valenciana i a València i una altra versió en anglés Silk Road, adaptada a Region of València i València i per al manual de la nova marca i aplicació a diferents suports.

La presentació de la marca es va realitzar en el CDT el mes de juliol de 2016.

2a. Actuacions d'investigació/divulgació del nostre llegat seder

-Inventari de recursos vinculats a la seda a la Comunitat Valenciana

S'ha considerat necessari contractar els serveis d'una assistència tècnica de la Universitat de València, per a elaborar un inventari que identifique aquells recursos culturals del nostre territori vinculats a la seda i que ofereixen un nivell adequat de posada en valor per al desenvolupament d'una estratègia turística entorn d'aquests.

Aquest inventari inclou 99 recursos de les tres províncies, catalogats segons el grau d'interés que presenten. I arreplega també nombrosos recursos que no compleixen els requisits i que, per tant, no poden considerar-se com a recursos turístics sinó culturals.

El treball proposa 3 rutes turístiques.

-Congrés "Les rutes de la seda a Espanya i Portugal", octubre 2016

En col·laboració amb la Universitat de València, es va organitzar aquest congrés en què es va tractar la qüestió de la influència exercida pel cultiu de la morera i la manufactura de la seda en la història d'Espanya i Portugal, donant a conèixer la inserció dels dos països en les rutes internacionals de la seda i valorar correctament l'important llegat cultural i patrimonial que s'ha derivat de l'exercici de les dites activitats.

A causa de la importància i el protagonisme de València, i de la Comunitat Valenciana en el seu conjunt, en la història de la seda en la península, part important dels continguts es van centrar en aquesta, comptant amb la participació dels grans experts en la història de la seda a la Comunitat Valenciana.

-Cicle de conferències el FIL D'OR, maig 2016

Actuació duta a terme de manera conjunta amb la Universitat de València. Durant cinc dies una gran part dels majors experts en el llegat seder de la Comunitat Valenciana van oferir ponències. Cal destacar l'alt nivell dels continguts i la gran assistència de públic, així com la important presència de guies turístics i empreses receptives o de serveis en destinació.

-Libro de la Confradía de San Jerónimo del Art de Velluters de Valencia

Després de l'obertura al públic del Museu del Col·legi de l'Art Major de la Seda, es va editar un llibre sobre els orígens del Col·legi, la Confraria de Velluters, realitzat per experts en investigació sobre el llegat seder a la nostra Comunitat. Es van editar 500 exemplars en castellà.

El llibre tracta sobre els orígens medievals del que seria el futur Col·legi de l'Art Major de la Seda de València, és a dir, sobre la Confraria de Sant Jerònim de l'Art de Velluters de València. Es tracta d'una obra d'investigació sobre els primers anys d'història de la Confraria del Gremi de Teixidors de Velluts de Seda, fundada en 1477. Dos segles després, en 1686, l'esmentat gremi i la seua confraria es van convertir en Col·legi d'Artistes i Art de la Seda per privilegi del rei Carles II, l'últim monarca de la dinastia dels Àustria.

3a. Accions per a donar visibilitat a la Ruta de la Seda: Material de difusió, gràfic i audiovisual, i itinerari en paviment.

a. Realització d'un fullet divulgatiu per a la fira de turisme més important d'Espanya, Fitur: aquest fullet es va realitzar amb l'objectiu de donar a conèixer la presència de València en la Ruta de la Seda, amb dues edicions, una en castellà i una altra en valencià.

b. Guia València, ciutat de la seda: es tracta d'una publicació de 62 pàgines de turisme cultural en què es descriu una mirada a la ciutat de València des de la seda i el seu llegat. És una guia molt completa que comprén des de l'origen de la seda, en l'antiga Xina, la seua arribada i desenvolupament a València, amb les transformacions en el paisatge rural i urbà que això va suposar així com la creació del gremi de velluters, que s'editarà en castellà, valencià, anglés, italià, francès i xinés.

En 2016 es va publicar l'edició en castellà amb 5.000 exemplars i es va traduir al valencià, anglés, italià, francès i xinés. En els pròxims mesos es preveuen les corresponents edicions.

La publicació inclou 4 vídeos que es poden veure a través de codis QR: tallers artesanals, *l'últim velluter*, Vicente Enguïdanos, o la fabricació de palmitos, entre altres.

c. Publicació infantil/juvenil sobre la Ruta de la Seda i la Comunitat Valenciana: tenint en compte que la tradició i el llegat seders representen una part important i singular de la nostra història, es va considerar adequat dur a terme alguna actuació dirigida al públic infantil i juvenil de la mateixa Comunitat Valenciana, perquè les joves generacions puguin conèixer aquesta part de la nostra història.

A aquest efecte es va adquirir una publicació lúdica i educativa, que recull la història de la seda a València des de la seua arribada, que es va publicar en una edició bilingüe, castellà/valencià, de 1.500 exemplars.

d. Receptari Ruta de la Seda: la Federació Empresarial d'Hostaleria de València, en col·laboració amb l'Agència Valenciana de Turisme, va editar un *Receptari Ruta de la Seda*.

La Ruta de la Seda va introduir a Europa nous hàbits i coneixements en l'àmbit de la cultura, la ciència i la gastronomia. Ingredients desconeguts fins al moment com l'arròs, el te, la pasta... i tècniques d'elaboració com a confitats, iogurts i guisats van ser calant progressivament en l'alimentació local, fins a assimilar-se completament en l'actualitat.

Es tracta d'una publicació bilingüe (espanyol/anglès) que recopila les receptes d'alguns dels millors cuiners locals inspirades i basades en productes i tècniques originàries de la Ruta de la Seda.

e. Documentals Ruta de la Seda valenciana: es van editar dos vídeos documentals, l'un d'una duració de 30 min i l'altre de 2-3 min sobre la Ruta de la Seda valenciana. (Es disposa de 2.500 unitats, USB, que contenen els dos documentals en tres idiomes: castellà, valencià i anglès).

El documental fa un recorregut pel llegat de la seda en tot el territori de la Comunitat Valenciana: alqueries, museus, monuments, tallers, artesanía, declaracions d'experts, etc., des de Castelló fins al sud d'Alacant.

f. Itinerari Ruta de la Seda pintat al paviment: a iniciativa del Col·legi de l'Art Major de la Seda i amb la col·laboració de l'Ajuntament València i la Direcció General de Patrimoni de la Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport de la Generalitat Valenciana, i com a eina dinamitzadora de fluxos, es va crear un itinerari pintat al paviment que uneix els dos recursos més emblemàtics de la seda a la ciutat de València: La Llotja de Mercaders i el Museu del Col·legi de l'Art Major de la Seda. El recorregut passa, també, pel mercat central, el Palau Tamarit i el Centre d'Artesania de la Comunitat Valenciana.

4a. Altres actuacions/esdeveniments relacionats amb altres derivades de la Ruta de la Seda.

MÚSICA

- Concert: estrena mundial de la novena simfonia de Beethoven adaptada a banda de música, celebrat en la Llotja de la Seda, com a celebració de la Declaració de València com a Ciutat de la Seda.
Actuacions per a donar visibilitat a la Declaració de València com a Ciutat de la Seda. Estrena mundial del concert de la novena simfonia de Beethoven per a banda de música, dirigit pel mestre Galduf, fruit de la col·laboració entre l'Ajuntament de Lliria, l'Ajuntament de València, la Diputació de València i l'Agència Valenciana del Turisme. Distribució d'entrades gratuïtes per a la ciutadania en l'oficina Tourist Info.
- Concert dia 28 de desembre a la Llotja: clausura de l'any de "València, ciutat de la seda".
Carlos Magraner junt amb músics procedents de diversos països de la Ruta de la Seda.
- CD titulat *Mar de seda*, inspirat en la Ruta de la Seda.
Presentació el mes de maig a la Ciutat de les Arts i les Ciències.

MODA

- Passarel·la de les arts
Col·laboració en la Jornada de la Seda amb conferències, exposicions, projecció de documentals i desfilades de moda entorn de la seda.

FALLES

- Entrega de Certificacions de TEIXIT SEDA VALÈNCIA, celebrat el mes de febrer a la Llotja de la Seda en col·laboració amb el Col·legi de l'Art Major de la Seda.
L'objectiu és autenticar, protegir i conscienciar sobre la qualitat de les sedes valencianes.

ALTRES

- Col·laboració VII Fòrum d'Aliança de Civilitzacions de Nacions Unides (Bakú), abril 2016.
L'Associació Nexos-Aliança, un dels promotors del VII Fòrum d'Aliança de Civilitzacions de Nacions Unides, ens va oferir participar com a col·laboradors en aquest esdeveniment que va tindre lloc a la Ciutat de Bakú, capital d'Azerbaidjan, el passat 27 d'abril.
Aquest fòrum tracta d'incentivar la Ruta de la Seda no sols com a recurs turístic, sinó com una trobada internacional dels participants del Projecte SilkRoad per a promoure les idees de la cultura de la pau i la cooperació, l'ús de tecnologies modernes d'informació i comunicació. Col·laboració mitjançant la inserció en el díptic de difusió de l'esdeveniment de la nostra marca turística
- Premi càtedra xinesa.
El 8 de març de 2016 el MH President de la Generalitat va arreplegar el Premi Càtedra Xina concedit pel reconegut fòrum creat per experts espanyols i xinesos, i que guardonava l'esforç realitzat en la Comunitat per impulsar la Ruta de la Seda.

7.4.3. Ruta dels Borja

Ruta de turisme cultural que recorre tot el patrimoni heretat a la Comunitat Valenciana de la coneguda família Borja.

Els municipis que comprén són: Albaida, Canals, Llombai, Gandia, Xàtiva, Simat, València, Alfauir, Castelló de Rugat i Valls.

S'han fet diverses reunions amb els alcaldes dels municipis, tenim ja elaborada una guia amb tots els recursos turístics de la ruta i s'ha elaborat un fullet i un vídeo per a la seua presentació en FITUR.

7.4.4. Ruta del Grial

Ruta de turisme experiencial i cultural, és una ruta interactiva que es nodreix tant dels municipis i els seus elements turístics com de la naturalesa comprén dues zones naturals de gran importància en la comunitat valenciana com són la Serra d'Espadán i la Serra Calderona. Els municipis que comprén la ruta són Barraques, Montanejos, Viver, Caudiel,

Jérica, Navajas, Altura, Segorbe, Soneja, Torres Torres, Estivella, Gilet, Sagunt, Massamagrell, Alboraia i acaba a València.

Es tracta d'un camí tipus el camí de Santiago que comença a Osca i acaba a València, comprén dues comunitats autònomes la Valenciana i la d'Aragó.

La col·laboració mantinguda durant 2016 ha donat com a resultat:

- l'elaboració d'un primer fullet i un vídeo de la ruta, que es van presentar en FITUR.
- I la col·laboració amb la setmana cultural "Mostra Viva" amb una mesa d'experts en la ruta, la firma d'un protocol de col·laboració amb el govern d'Aragó per a futures accions i la posada en contacte amb 400 tour operadors xinesos que s'han interessat en el tema i amb els quals hem contactat gràcies a l'assistència a FITUR, etc.

7.5. TURISME FAMILIAR

Conscients de la importància del turisme familiar durant l'any 2016 s'ha treballat a posicionar la Comunitat Valenciana com una destinació preferent per a famílies i orientada al turisme familiar i s'ha treballat aquest producte/segment de mercat amb diverses actuacions com ara les que a continuació es desenvolupen.

Les principals actuacions són les següents:

7.5.1. Fira FITUR: difusió d'oferta i reunions de treball

En FITUR 2016, es va tindre una reunió de treball amb el TTOO Francés Locatour, interessat a conèixer l'oferta de Turisme Familiar de CV.

Es va facilitar al dit TTOO els contactes dels responsables de les marques turístiques encarregats del mercat francès per a afavorir la comercialització i afavorir la promoció de la nostra destinació. Com a conseqüència en el marc de FITUR dita TTOO va tindre reunions amb alguns d'aquests representants.

7.5.2. Jornada "Oportunitats de negoci turístic: el turisme familiar, especial referència al mercat francès"

En 2016 l'Agència Valenciana del Turisme, va organitzar el dia 27 de maig 2016 una Jornada en l'Invat-tur, amb el títol "d'Oportunitats de negoci turístic: el turisme familiar, especial referència al mercat francès"

Aquesta jornada empresarial es va dedicar a analitzar les oportunitats de negoci que representa el turisme familiar en general i el mercat francès en particular, i va comptar amb la participació del gerent del club de producte de turisme familiar Tour&Kids, dels tècnics responsables del mercat francès de l'Agència Valenciana del Turisme i del Product Manager d'Espanya del TTOO Locatour.

7.5.3. FAM TRIP orientat a producte de turisme familiar

En 2016, per segon any consecutiu, s'ha realitzat un Fam trip amb el TTOO Francés Locatour, del grup Travelfactory, per a posicionar la Comunitat Valenciana i la seua oferta de turisme familiar.

Del 26 al 28 de maig 2016 es va celebrar a la Comunitat Valenciana els "Espanya Days" que realitza aquest TTOO per a donar a conèixer una destinació d'Espanya entre els seus prescriptors.

Un total de 15 agències de viatge, 15 representants de comités d'empresa de França i personal de contractació i comunicació del TTOO Locatour, van realitzar un viatge de familiarització a Comunitat Valenciana per a donar-los a conèixer la nostra oferta de turisme familiar.

7.5.4. FAM TRIP producte per a Xarxa Tourist-Info de la Comunitat Valenciana

EL 28 de setembre de 2016 representants dels departaments de promoció i producte de l'Agència Valenciana del Turisme van assistir junt amb personal de la Xarxa Tourist Info a la jornada organitzada per Visit Elx per a donar a conèixer l'oferta i la destinació Elx orientada a famílies.

7.6. TURISME NAÚTIC I BUSSEIG

El turisme nàutic, així com el turisme de busseig són dos productes englobats sota l'epígraf de turisme actiu i formen part del portfolio de productes turístics a desenvolupar i impulsar per l'Agència Valenciana del Turisme.

En 2016, amb la finalitat d'impulsar la promoció d'aquests productes a la Comunitat Valenciana es van realitzar les activitats següents:

7.6.1. Promoció mitjançant assistència a fires especialitzades:

Dive Travel Show, que va tindre lloc a Madrid el 20 i 21 de febrer de 2016. A l'estand de la Comunitat Valenciana van estar presents representants de les diferents marques turístiques, així com representants d'empreses de turisme actiu vinculades al busseig a través de l'Associació de Centres de Busseig de la Comunitat Valenciana.

Dive Birmingham 2016, celebrada a Birmingham (Regne Unit) el 22 i 23 octubre de 2016. L'assistència a aquesta fira va ser d'inspecció per part dels tècnics de l'Agència per a valorar la presència de l'Agència amb estand en les pròximes edicions que se celebren del dit certamen.

7.6.2. Jornades de treball i difusió del producte:

Amb l'objecte de treballar de manera conjunta amb tots els agents implicats en el desenvolupament del turisme nàutic i de busseig a la Comunitat Valenciana, l'Agència Valenciana del Turisme va organitzar dues jornades de treball, una sobre turisme nàutic una altra sobre busseig, que es van celebrar el 19 d'octubre de 2016 a Dénia i Xàbia

respectivament, les quals van comptar amb una elevada participació d'empreses turístiques valencianes vinculades amb aquests productes.

L'Agència Valenciana del Turisme, a través de la Xarxa Tourist Info, va col·laborar en la difusió de les jornades de portes obertes "Obrim el Mar" de la Federació de Vela de la Comunitat Valenciana les quals es van realitzar el maig de 2016.

A més, representants de l'Agència Valenciana del Turisme van assistir com a participants al XII Congrés d'Escoles de Vela de la Comunitat Valenciana celebrat en Escola de la Mar de Borriana al novembre de 2016.

7.6.3. Publicacions per a la promoció turística:

L'acabada de publicar *Guia de turisme actiu i de naturalesa de la Comunitat Valenciana* inclou un apartat dedicat al turisme de busseig i nàutic. Es tracta d'una publicació editada en idiomes (castellà, anglés, francès, valencià, holandés i alemany).

7.7. TURISME ACTIU

En matèria de turisme actiu l'Agència Valenciana del Turisme ha dut a terme les accions següents:

- Organització de jornades tècniques de turisme actiu a Sot de Chera, amb assistència d'empreses de tota Espanya.
- Publicació de material promocional: *Guia de turisme actiu i naturalesa*. Edició en castellà, valencià, francès, anglés, alemany i holandés.
- Reunions amb la nova associació d'empreses de turisme actiu de la Comunitat Valenciana: CVActiva i assistència en la seua presentació al sector.
- Incorporació d'empreses de turisme actiu al portal turístic de la Comunitat Valenciana

Dins de turisme actiu s'engloben els productes següents:

7.7.1. Turisme eqüestre:

El producte turisme eqüestre, que s'emmarca dins del grup de productes sota la denominació "Mediterrani rural", ha sigut objecte d'una sèrie d'actuacions durant 2016, impulsades sota el Programa d'acceleració de producte #CreaTurisme.

Entre juliol i desembre de 2016 s'han dut a terme les accions següents:

Juliol:

- a. Reunió amb agents del sector, amb la finalitat d'informar de la posada en marxa del Programa #CreaTurisme i conèixer el seu grau d'interés respecte a futures col·laboracions.
- b. Investigació sobre la situació del turisme eqüestre en la Comunitat Valenciana, Espanya i Europa.

Setembre/octubre:

Organització i realització d'una jornada professional de turisme eqüestre a la Comunitat Valenciana. La jornada va tindre lloc a les instal·lacions del complex administratiu Nou d'Octubre.

Objectius de la jornada:

- a. Identificació de la situació de l'oferta i la demanda en turisme eqüestre a la Comunitat Valenciana.
- b. Posada en contacte amb el sector per a comunicar l'estratègia d'impuls de productes turístics per part de Turisme.
- c. Obtenció d'informació dels principals problemes que obstaculitzen l'impuls del producte.

Novembre/desembre:

- a. Elaboració d'un material promocional d'experiències i esdeveniments de turisme eqüestre en la CV durant 2017 (calendari eqüestre).
- b. Gestió de tasques relacionades amb la promoció del turisme eqüestre en Fitur:
 - Recepció d'informació de serveis oferits per professionals eqüestres.
 - Informació als interessats d'assumptes relacionats amb l'assistència a FITUR com a professional.
 - Organització de la presentació del calendari d'experiències eqüestres 2017 en FITUR.
- c. Realització de labors d'informació i assessorament personalitzat a professionals del sector eqüestre.

7.7.2. Cicloturisme i centres BTT

Durant 2016, s'ha incrementat la difusió del producte cicloturisme a la Comunitat Valenciana, mitjançant la realització de diverses accions promocionals que sintetitzem a continuació:

1. Difusió en línia:

Es va dur a terme amb les accions següents:

1.a. Presència en xarxes socials i portals: Facebook, Twitter i Wikiloc

Facebook: <http://www.facebook.com/centresBTT>

En aquest moment la Xarxa de centres BTT supera els 7.700 seguidors, i s'ha configurat com una comunitat activa i participativa mitjançant la publicació de notícies i continguts promocionals diversos (fotos, vídeos, enllaços, etc.) i la difusió de postts de blogs especialitzats en mountainbike i cicloturisme. L'índex de publicació és de dues o tres micropost diaris aproximadament.

Wikiloc: <http://és.wikiloc.com/wikiloc/user.do?name=centresBTT>.

Pujada dels tracks, text i fotografies de les rutes que formen part de cada un dels centres BTT, atenent els suggeriments, dubtes i problemes dels usuaris de les dites rutes a través del compte de correu centresBTT@gmail.com

Blog especialitzat en BTT(<http://blogs.comunitatvalenciana.com/btt/?k=5>),

en què s'ofereixen propostes i consells en relació amb aquesta activitat a la Comunitat Valenciana, augmentant la difusió dels postts publicats a través de les xarxes socials facebook i twitter. Amb això s'ha incidit en la promoció i posicionament del producte en les xarxes socials, generant continguts atractius per als usuaris.

1.b. Suport a través de les xarxes socials (facebook i twitter) en la difusió d'esdeveniments esportius, marxes i circuits BTT que se celebren a la Comunitat Valenciana, organitzats per clubs ciclistes i empreses especialitzades en l'organització d'aquest tipus de competicions.

1.c. Ampliació, revisió i millora dels continguts del microsite:

<http://comunitatvalenciana.com/que-hacer/btt>

2. Difusió fora de línia:

Es va dur a terme amb les accions següents:

2.a. Publicacions específiques de producte BTT: revisió dels continguts i elaboració dels fullets plànol dels Centres BTT Alt Millars i la Ribera, que aporten textos, informació i fotografies.

2.b. Col·laboració amb els clubs ciclistes i empreses especialitzades en la celebració d'esdeveniments esportius (marxes BTT, circuits, etc.) mitjançant l'enviament de material: fullets i articles promocionals del producte BTT.

3. Viatges de familiarització per a operadors turístics i mitjans de comunicació:

Es va dur a terme amb les accions següents:

3.a. Viatge d'agents seleccionats per l'OET de l'Haia, Brussel·les, Londres, Oslo, Estocolm, Munic, Berlín, Dusseldorf i Zuric, per a promocionar la Via Verda d'Ojos Negros i Xurra, inclòs en l'Acord marc de col·laboració firmat entre la Fundació dels Ferrocarrils Espanyols (Àrea de Vies Verdes) i Turespaña.

3.b. Viatge de premsa per a difondre en mitjans de comunicació especialitzats l'Open d'Enduro MTB d'Espanya celebrat a Morella, per a consolidar i posicionar la CV com a destinació de referència en un segment especialitzat de turisme actiu: la BTT.

4. Difusió de la marca en esdeveniments esportius de cicloturisme

Es va dur a terme amb la participació en la "Trans Espadán MTB pedaleja entre rius i muntanyes", travessia de bicicleta de muntanya de dues etapes per a dinamitzar el territori interior a través del turisme esportiu.

5. Jornada Professional sobre Turisme i Bicicleta

Es va dur a terme amb la participació en la Jornada Cicloturisme a la Comunitat Valenciana, celebrada a Calp i dirigida a tots aquells agents que formen o poden formar part del producte turístic: cicloturisme a la Comunitat Valenciana.

6. Participació en certàmens especialitzats en cicloturisme

Es va dur a terme amb les accions següents:

6.a. VLC Bike's, Saló de la Bicicleta de València, trobada dirigida a difondre la cultura del ciclisme en totes les seues modalitats. La participació ha sigut amb un estand propi per a promocionar l'oferta de cicloturisme de la Comunitat Valenciana.

6.b. Fira Internacional de la Bicicleta UNIBIKE a Madrid.

La participació en aquest esdeveniment ha sigut amb estand propi on ha estat representada l'oferta de cicloturisme de la Comunitat Valenciana. Han participat les marques turístiques: Costa Blanca, Visit Benidorm, Castelló Mediterrani i València Turisme i Turisme València.

6.c. Fiets a Wandelbeurs a Anvers (Bèlgica).

Fira especialitzada en cicloturisme i senderisme dirigida al públic final. Celebrada del 27 al 28 de febrer. La participació de l'Agència ha sigut dins de l'estand de Turespaña.

7.8. MEDITERRANI RURAL: TURISME D'INTERIOR I DE NATURALES

7.8.1. Estratègia de creació de producte

Durant 2016 s'ha posat en marxa el Programa de creació de producte turístic: **Creaturisme**, i en aquest marc els productes relacionats amb el turisme d'interior, turisme actiu i turisme de naturalesa s'han incorporat a l'estratègia denominada Mediterrani rural.

Els productes identificats dins de l'estratègia Mediterrani rural es poden englobar en els següents subprogrames:

1. Els englobats en el denominat **turisme actiu** (turisme "d'aventura", senderisme, escalada, turisme eqüestre, cicloturisme i centres BTT).
2. Els **productes relacionats amb l'ecoturisme** com són el turisme ornitològic i observació de flora i fauna, el producte de la Marca Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana o l'astroturisme.
3. Els **productes relacionats amb el desenvolupament rural i la gastronomia** com són l'agroturisme, el pescaturisme, o l'oleoturisme.
4. Els **productes relacionats amb la interpretació de patrimoni cultural i natural** en les comarques de l'interior com el turisme paleontològic, la creació de rutes com la dels últims càtars o la creació de rutes entorn de centres d'art contemporani en l'àmbit rural de la Comunitat Valenciana.
5. i el **Club de producte TEMPS** d'allotjament d'interior de la Comunitat Valenciana.

7.8.2. Productes relacionats amb l'ecoturisme:

- Assistència i participació en l'I Congrés d'Ecoturisme d'Espanya.
- Participació en reunions i tallers de difusió del turisme ornitològic i d'observació de fauna (Dénia, jornada dirigida a empreses de turisme actiu)
- Reunions mantingudes amb la Direcció General de Medi Natural a fi d'emprendre accions conjuntes per a la promoció dels productes certificats amb la marca Parcs Naturals.

A. Turisme ornitològic

Durant l'exercici 2016 s'han abordat diferents accions per a impuls i desenvolupament d'aquest producte turístic, com són:

- Assistència a fires: s'ha assistit a fires especialitzades: FIO (Fira de turisme ornitològic) a Extremadura, Doñana Birdfair, celebrada en el PN Doñana (Sevilla), British Birdfair (celebrada a Rutland al Regne Unit), i també es va assistir en viatge d'inspecció a la fira Madbird, celebrada a Madrid.
- Jornada tècnica turisme ornitològic: junt amb la Conselleria de Medi Ambient i a la SEO Bird Life (Societat Espanyola d'Ornitologia) es va celebrar una jornada tècnica al CEACV de Sagunt a la qual van assistir representants de tot el sector i agents implicats en el seu desenvolupament.
- Elaboració d'un pla d'acció per a l'impuls del turisme ornitològic a la Comunitat Valenciana. Es va contractar l'assistència tècnica per a l'elaboració d'un document base en què figuraren les principals línies d'actuació i redactat d'acord amb al consens del sector.

B. Astroturisme

Durant l'exercici 2016 s'ha realitzat una anàlisi del producte, la qual cosa ha donat lloc a un document final sobre astroturisme d'elaboració pròpia. D'altra banda enguany s'han mantingut reunions amb representants del sector per a conèixer el producte.

7.8.3- Productes relacionats amb el desenvolupament rural i la gastronomia:

A. Agroturisme i pescaturisme

Continuant amb les fases del Programa Creaturisme, respecte a l'agroturisme s'ha realitzat una anàlisi del producte, així com reunions amb representants del sector i administracions competents. En el cas del pescaturisme, a més s'ha elaborat un estudi sobre el dit producte a la Comunitat Valenciana.

Dins d'aquest apartat, cal comentar que s'han dut a terme reunions de coordinació amb agents del sector per a la posada en marxa d'un producte turístic basat en l'oferta turística de l'Horta de València.

B. Oleoturisme

En el mes de juny es va realitzar una jornada professional dirigida al sector de l'oleoturisme en la qual van participar diferents entitats relacionades amb el producte, així com ponents especialitzats, tot això amb la finalitat de conèixer i començar l'estructuració d'un producte turístic al voltant de la cultura de l'oli i de l'olivera a la Comunitat Valenciana.

7.8.4. Productes relacionats amb la interpretació patrimonial a través de rutes

A. Camins de dinosaures. Turisme paleontològic

Com a continuació a un estudi elaborat en 2015 sobre la creació d'un producte turístic basat en el patrimoni paleontològic de la Comunitat Valenciana, durant l'exercici 2016 s'ha procedit a emprendre les actuacions següents:

- Creació i disseny d'una marca i logotip denominada camins de dinosaures. S'ha procedit al seu encàrrec a través d'una convocatòria oberta a dissenyadors.
- Elaboració de l'estudi tècnic per a la instal·lació de figures corpòries de distints tipus de dinosaures en 6 localitzacions de la Comunitat Valenciana, totes de rellevant interès en la paleontologia valenciana. Reunió amb representants dels municipis afectats.
- Presentació del producte a la Xarxa Tourist Info.

B. Ruta dels Últims Càtars

Elaboració d'un estudi i assistència tècnica per a la planificació i desenvolupament d'un producte turístic basat en la presència dels últims càtars que van fugir del sud de França i es van refugiar en terres valencianes en el segle XIV.

- Presentació als municipis per on discorre la ruta proposada
- Disseny i impressió *flyer* (fullet) promocional
- Disseny i edició de vídeo promocional sobre la ruta.

C. Xarxa de centres d'art contemporani en l'entorn rural de la Comunitat Valenciana

Elaboració d'un estudi per a la proposta de creació de producte turístic entorn de centres d'art contemporani ubicats en l'àmbit rural valencià. Es tracta d'incorporar a l'oferta turística diverses iniciatives relacionades amb l'art contemporani de cara a poder oferir un producte turístic cultural de qualitat per a afegir a la resta de l'oferta turística rural.

7.8.5. Club de Producte Temps

Durant l'exercici 2016 es va firmar un conveni de col·laboració entre l'Agència Valenciana del Turisme i el Club de Producte Temps per a la realització d'actuacions diverses per a la promoció del club de producte.

7.9. TURISME D'INCENTIUS, REUNIONS, CONGRESSOS I ESDEVENIMENTS (MICE)

Respecte al turisme d'incentius, reunions, congressos i esdeveniments (MICE), s'han realitzat un gran nombre d'actuacions promocionals durant 2016, entre les quals cal destacar les següents:

- Participació en els següents certàmens especialitzats: Meedex, celebrat a París el 22 i 23 de març; IMEX, que va tindre lloc a Frankfurt, del 19 al 21 d'abril; IBTM Amèrica, que va tindre lloc a Nashville (TE), EUA, del 15 al 17 de juny; IMEX AMÈRICA, de Las Vegas, EUA, del 18 al 20 d'octubre; IBTM WORLD, celebrat a Barcelona del 29 de novembre a l'1 de desembre; o en jornades o fòrums MICE

com FOTEC, celebrada a Pequín el 22 i 23 de juny o el Fòrum M&I a Madrid del 28 de juny al 2 de juliol.

L'objectiu de la participació en aquests certàmens és la promoció del producte MICE en alguns dels principals certàmens especialitzats en mercats importants per a aquest tipus de turisme com són el mateix mercat nacional, el mercat europeu, en especial el francès, alemany, anglès, belga i holandès o el mercat nord-americà, especialment actiu en matèria d'esdeveniments i grans congressos.

- Durant 2016 s'han realitzat diversos viatges de familiarització destinats a agents especialitzats en producte MICE de mercats tan llunyans l'un de l'altre com el britànic o el xinès, per la qual cosa aquests agents han pogut conèixer de primera mà l'oferta MICE de la Comunitat.

7.10. TURISME DE GOLF

7.10.1. Fires i tornejos

Fira IGTM (Internacional)

Del 14 i al 17 de novembre de 2016 a Palma de Mallorca. La IGTM (International Golf Travel Market) és la fira dedicada al turisme de golf més important que se celebra al món. Aquest esdeveniment té lloc cada any en una localitat diferent (l'última edició va tindre lloc a Tenerife) Es tracta d'una fira dedicada només a professionals en què es produeixen trobades entre Touroperadors de golf, Touroperadors de congressos i incentius, periodistes i proveïdors de serveis com ara hotels, resorts, camps de golf, línies aèries, patronats de turisme S'estructura...com un taller en el qual els compradors visiten els mostradors i taules de treball dels expositors amb els quals prèviament s'han concertat trobades.

Torneig 73é Italian Open (ITÀLIA)

Del 14 i el 18 de setembre de 2016 va tindre lloc en el Golf Club Milà, el torneig de golf ITALIAN Open. Torneig de golf més important que té lloc en aquest país i que forma part del circuit professional europeu (European Tour). En la zona del Village, l'organització munta una sèrie de carpes que s'utilitzen com a espai d'exposició al públic assistent. Carpa espai propi de 9m2, amb assistència de l'Associació de Camps de Golf de Costa Blanca i altres camps de la regió.

Torneig KLM Open (HOLANDA)

Entre el 8 i l'11 de setembre de 2016 va tindre lloc a la localitat de Spijk (Holanda) el torneig KLM Open de golf. Participació dins de l'espai de Turespaña amb 3 mostradors. Assistència de l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca i alguns camps de la regió.

Torneig NORDEA Màsters (SUÈCIA)

Entre el 2 i el 5 de juny l'Agència Valenciana de Turisme va participar en el Torneig NORDEA Màsters de Golf que va tindre lloc en Bro Hof Slot (Suècia). Participació amb carpa de 5x5 m compartida amb Turespaña a través de la seua oficina espanyola de turisme a Estocolm. Assistència de l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca i alguns camps de la regió.

7.10.2. Viatges familiarització i premsa:

Viatge familiarització turoperadors de golf de Regne Unit a Castelló

Entre el 2 i el 4 de juny l'Agència Valenciana de Turisme junt amb el Patronat Provincial de Turisme de Castelló, van organitzar un viatge de familiarització per a turoperadors britànics especialitzats en el producte golf. En col·laboració amb Patronat de Turisme de Castelló. Total participants: 6.

Viatge de familiarització turoperadors de golf escandinaus

Entre el 14 i el 17 de setembre de 2016 es va realitzar un viatge de familiarització per a turoperadors de golf del mercat escandinau (agents de Suècia, Noruega i Finlàndia). Van visitar camps d'Alacant i València. Total de participants: 10
En col·laboració amb Turisme València i Associació de Camps Golf de la Costa Blanca.

Viatge de familiarització turoperadors de golf holandesos

Entre el 25 i el 28 de setembre de 2016 es va dur a terme un viatge de familiarització per a turoperadors especialitzats en golf d'Holanda. Van visitar camps de la Costa Blanca.
En col·laboració amb el Patronat de Turisme Costa Blanca i l'Associació de Camps Golf de la Costa Blanca. Total de participants: 6.

Viatge de premsa revista Golf Avisen (DINAMARCA)

Viatge de premsa del periodista Jens Christensen a camps de la Costa Blanca del 9 a l'11 abril. Col·laboració amb l'OET de Copenhaguen per a gestionar hotels i green fees en alguns camps d'Alacant junt amb l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca.

7.10.3. Altres accions

Revista 19 Golf a Genieten (HOLANDA)

Publicació d'un especial de golf a Espanya en col·laboració amb l'Oficina Espanyola de Turisme a l'Haia. Tirada de 25.000 exemplars; 4 pàgines dedicades a golf a la Comunitat Valenciana.

Inserció en la revista DESTINATION GOLF SPAIN (IRLANDA)

Publicació que l'Oficina Espanyola de Turisme a Dublín porta diversos anys com a material de promoció del turisme de golf en les fires, tornejos, promocions i actes a què acudeix. Aquesta guia és publicada per Destination Golf Media, són 16 pàgines dedicades als camps de Comunitat Valenciana i contraportada de la publicació amb publicitat de la Comunitat Valenciana. Tirada: 20.000 còpies que es distribueixen entre l'OET de Dublín, els 180 millors clubs de golf d'Irlanda, sales espera d'Aer Lingus, societats de golf, jugadors del circuit amateur i prescriptors de premsa irlandesos.

Torneig de golf La Tournette i Torneig de golf capitans (BÈLGICA)

Col·laboració amb l'Oficina Espanyola de Turisme a Brussel·les per a oferir premis i remetre material promocional als dos tornejos. Acció realitzada en col·laboració amb l'Associació de Camps de Golf de la Costa Blanca.

Premi ofert (en ambdós tornejos): 4 nits d'hotel per a 2 persones en allotjament i desdejuni. Green Fees + Buggy per a 2 persones en 3 camps de golf.

7.11. TURISME ACCESSIBLE

Durant 2016 s'han dut a terme una sèrie d'actuacions que tenen com a objectiu promoure la Comunitat Valenciana com a destinació turística accessible d'acord amb les recomanacions de l'Organització Mundial del Turisme per un turisme accessible per a tots:

- a. Conveni de col·laboració entre l'Agència Valenciana del Turisme i la Plataforma Representativa Estatal de Persones amb Discapacitat Física (PREDIF) per a l'impuls del turisme accessible a la Comunitat Valenciana "Turisme per a Tots".
- b. Conveni de col·laboració entre l'Agència Valenciana del Turisme i la Confederació de Persones amb Discapacitat Física i Orgànica de la Comunitat Valenciana (COCEMFE) per a l'impuls del turisme accessible a la Comunitat Valenciana.
- c. Elaboració i difusió de vídeos sobre rutes turístiques accessibles a la província de Castelló "Castelló amb cadira de rodes i bicicleta de mà".
- d. Convocatòria del "Premi a l'accessibilitat i turisme inclusiu", que reconeix la labor d'empreses i persones en pro de la investigació, la innovació, la sostenibilitat, la promoció, l'accessibilitat i l'ètica en el sector. Guardó concedit al Càmping LoMonte del Pilar de la Horadada. (DOCV 7880, 23-09-2016)
- e. Convocatòria d'ajudes 2016 dirigides a les entitats locals, programa I Adequació i posada en valor turístic dels recursos, millora de l'accessibilitat als recursos turístics mitjançant l'eliminació de barreres i adequació de les condicions d'ús turístic dels recursos per persones discapacitades mitjançant equipaments específicament dissenyats per al seu ús per aquest col·lectiu. (DOCV 7732, 2-03-2016)
- f. Convocatòria d'ajudes 2016 dirigides a les empreses turístiques, Programa I. Impuls del turisme inclusiu (DOCV 7738, 10-03-2016)
- g. Elaboració i difusió de les guies de rutes turístiques inclusives. La Comunitat també per a tu.
- h. Elaboració de la *Guia d'experiències turístiques accessibles de la Comunitat Valenciana*.
- i. Celebració de quatre jornades de formació en turisme accessible i bones pràctiques d'accessibilitat en el sector turístic de la Comunitat Valenciana (Castelló, València, Benidorm i Alacant).
- j. Celebració de quatre mesos de treball amb representants del sector turístic empresarial, associacions de representants de persones amb discapacitat o amb necessitats especials i representants de municipis (Castelló, València, Benidorm i Alacant).
- k. Elaboració del Pla estratègic de turisme accessible de la Comunitat Valenciana.
- l. Inclusió en la Fira Internacional de Turisme (FITUR) del producte "Turisme accessible" amb informació sobre recursos turístics accessibles, participació d'associacions representatives de la discapacitat (PREDIF i COCEMFE) i presentació de rutes i experiències accessibles en la Comunitat.
- m. Vocalia de l'Agència València del Turisme en l'òrgan tècnic de treball de normalització CTN 170/GT5 Turisme Accessible, per a la redacció de la norma internacional ISO/TC 228/WG14 "Accessible Tourism".
- n. Continuació del pla d'auditories en matèria d'accessibilitat a establiments turístics (153 establiments auditats).

- o.** Reconeixement del valor de la “inclusió” en l’esborrany del Codi Ètic del Turisme Valencià, en el qual s’expressa que “Un turisme responsable i sostenible és un turisme al qual totes les persones tenen accés, en especial els col·lectius més vulnerables o desfavorits.”
- p.** Inclusió en l’exposició de motius de l’esborrany de l’avantprojecte de Llei, de la Generalitat, de turisme, oci i hospitalitat de la Comunitat Valenciana de “la necessitat de 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.”

7.12. TURISME LGBTI

Durant 2016 s’ha incidit en la promoció de la Comunitat Valenciana com a destinació de turisme acollidor per al turista LGBTI. Per a això, s’han realitzat accions de promoció turística diverses:

- Creació d’uns mapes de ciutats amb l’oferta d’oci per al públic LGBTI. Estan executats el de València i el de Benidorm.
- Continuació amb la pertinença de l’Agència Valenciana del Turisme com a membre de la IALGT.
- Participació amb estand propi en l’espai LGBT de la fira FITUR.
- Participació de la mà de Turespaña amb un punt d’informació en el Pride Park d’Estocolm.
- Participació amb una carrossa en la manifestació de l’Orgull de Madrid promocionant la Comunitat Valenciana com una destinació festiva i acollidora.
- Posada en marxa i gestió diària de dos RRSS (Facebook i Instagram) Comunitat Valenciana LGBT-friendly.
- Col·laboració en un blogtrip multimercat a Benidorm amb motiu del Benidorm Pride en el mes de setembre.

7.13. TURISME LUXE

En 2016 s’ha treballat amb un altre dels productes de la Comunitat Valenciana el producte Luxe, Premium o Exclusive com sol denominar-se depenent de l’àmbit. Per a això, s’han realitzat accions de promoció turística diverses:

- Participació en l’estand de Turespaña en la fira ILTM (Int’l Luxury Travel Market) de Canes.
- Així mateix s’ha col·laborat amb el clúster o associació d’empreses valencianes València Premium en nombroses accions promocionals.

8. ACTIVITATS DEL SERVEI DE MÀRQUETING EN LÍNIA, COMUNICACIÓ I

INFORMÀTICA TURÍSTICA

L'estratègia de comunicació turística s'articula en funció dels diferents canals o suports complementaris entre si, a la tradicional línia de comunicació basada en publicacions impreses se suma cada vegada amb més força la comunicació a través d'Internet com una via eficaç de promocionar la Comunitat Valenciana.

El portal turístic, les xarxes socials, la mobilitat i l'ús de formats multimèdia, fomenten i incrementen el compromís i fidelització amb la marca Comunitat Valenciana.

A això cal afegir la publicitat a través de campanyes de comunicació o insercions directes en mitjans de comunicació com a reforç en períodes prevacacionals. Així mateix, es vertebra a través de la col·laboració amb diverses entitats per a actuacions de màrqueting turístic.

D'altra banda, destacar l'atenció que oferim al turista, així com un servei d'informació i acollida i una imatge homogènia en tot el territori a través de les oficines d'informació turística sota l'estructura corporativa de la Xarxa Tourist Info.

8.1. REALITZACIÓ DE CAMPANYES I ACTUACIONS DE PUBLICITAT

8.1.1. Creativitat Mediterrani en viu

L'eix de comunicació al voltant del qual gira la creativitat de la nova campanya és "Comunitat Valenciana, Mediterrani en viu". Una invitació a descobrir l'autenticitat d'una terra que té en el turisme la millor manera de mostrar com són els valencians: creatius, oberts, acollidors i diversos.

La campanya persegueix contribuir a l'objectiu estratègic de l'Agència Valenciana del Turisme de l'articulació d'una política de promoció basada en la segmentació del públic objectiu i els productes turístics de la Comunitat Valenciana.

Les peces que s'han produït per a aquesta campanya són tres espots genèrics de 20, 30 i 60 segons, un spot de 20" per a cada una de les 6 marques turístiques, un spot per a foment del turisme intern dirigit als valencians i 11 espots de productes turístics i segments. Totes aquestes peces s'han emés en TV i xarxes socials.

En gràfica per a mitjans escrits s'han elaborat més de 30 originals de productes turístics que destaquen els principals atractius de la Comunitat, les platges i cales, el Mediterrani rural, la gastronomia i l'enoturisme, la cultura, l'esport, el turisme urbà i les festes.

8.1.2. Campanya de publicitat nacional 2016-2017

La campanya de difusió de l'oferta turística de la Comunitat en mitjans de comunicació es va iniciar el 20 de juliol de 2016 i es prolongarà fins al 21 de juny de 2017.

La campanya es publicita en mitjans nacionals i de la Comunitat Valenciana i ha tingut en 2016 una especial incidència durant la temporada estival a fi de fomentar la decisió

d'última hora i de cara a reforçar tant el període estival de setembre com els ponts i caps de setmana de la resta de l'any per a contribuir a la desestacionalització.

Els objectius a aconseguir previstos de la campanya són el 98,7 % de cobertura nacional i un 99,3 % de cobertura Comunitat Valenciana.

- En TV s'emeten espots de 20 i 30 segons genèrics, i espots de 20" de productes i un spot de 20 segons de cada una de les 6 marques turístiques en TV Nacional i FORTA (TV autonòmiques).
- En ràdio s'emeten falques de 30 i 20 segons en emissores nacionals i de la Comunitat Valenciana.
- En mitjans escrits es publiquen insercions de mitja pàgina en premsa nacional i de la Comunitat Valenciana i en revistes professionals turístiques i de viatges dirigides al consumidor final, així com en suplementos i especials de turisme.

La campanya també té una important presència en línia amb insercions en els principals portals d'informació en línia nacional i de la Comunitat Valenciana i accions en xarxes socials. El pla de mitjans recull per a tots els suports tant publicitat comercial com col·laboració en matèria de continguts (*branded content*).

Els resultats de la campanya de l'onada desenvolupada en 2016 presenten un balanç de **2.751 espots emesos** en la campanya d'estiu, amb Top 1 respecte a notorietat espontània i una estimació de campanya que obté una valoració de "bona" o "molt bona"

8.1.3. Campanya final i reforç de Fitur 2016

A. Campanya de desestacionalització i presència en FITUR 2016

Amb l'objectiu de promoure la desestacionalització durant les últimes setmanes de l'any 2015 es va iniciar la tramitació per part de la Unitat de Publicitat d'una campanya de planificació, difusió i compra de mitjans publicitaris.

A més, aquesta campanya buscava reforçar la presència de l'oferta turística de la Comunitat en la Fira Internacional de Turisme de Madrid, FITUR 2016. A aquest efecte, els suports contractats en 2016 van ser:

- Premsa Comunitat Valenciana i nacional per a FITUR 2016
- Ràdio Comunitat Valenciana
- Diaris digitals Comunitat Valenciana

En termes d'eficàcia la campanya va aconseguir i va millorar lleugerament els resultats previstos, amb 604,2 GRP, una cobertura del 73,8 %, i més de 24,5 milions de contactes.

B. Creativitat: "És hora de tornar"

Per a la realització d'una nova creativitat *ad hoc* a la campanya de cap d'any 2015 i Fitur 2016 es van contractar els serveis de l'agència de publicitat Rosebud, per a produir una creativitat ajustada a les necessitats de comunicació de l'Agència Valenciana del Turisme.

D'aquest procés va resultar el concepte creatiu al voltant del qual girava la nova

campanya de publicitat, tornar a l'essència, al Mediterrani, al que fa que el turista se senta a gust durant l'experiència turística, a les sensacions que aporten un valor únic. Per això el *Claim* o lema de campanya, és "*Comunitat Valenciana. És hora de tornar*".

La campanya va incloure la realització de gràfiques amb noves fotografies, falca específica per a FITUR 2016 i bàners per a la seua inserció en mitjans. La gràfica de campanya es va adaptar també per als panells de l'estand de la Comunitat Valenciana en FITUR 2016.

Aquesta gràfica s'ha utilitzat també per a insercions fora de campanya fins que es va produir la nova creativitat per a la campanya de publicitat nacional.

8.1.4. Insercions publicitàries

L'Agència Valenciana del Turisme insereix publicitat i publireportatges al llarg de l'any en tot tipus de mitjans de comunicació: escrits - revistes del sector i diaris tradicionals i en línia-, ràdio i televisió. Són actuacions puntuals, com determinats programes o suplementos especials sobre la nostra oferta, així com programes d'informació turística.

Aquestes insercions fora de campanya han tingut com a objectiu el reforç comunicatiu, han complementat les actuacions de la campanya i facilitat la difusió de l'estratègia de producte de l'Agència Valenciana del Turisme.

Durant 2016 es van realitzar les següents insercions amb diversos mitjans de comunicació:

- 10 insercions revistes en línia i fora de línia.
- 8 insercions en un total de 9 diaris de premsa en línia i fora de línia
- 10 contractacions en ràdio.
- 8 contractacions amb TV.

8.1.5. Audiovisuals i suport a promoció en adaptacions gràfiques

- Realització i edició de vídeos i assessorament en la producció de vídeos

Com a reforç a les actuacions promocionals que ha desenvolupat l'Agència Valenciana del Turisme, s'han editat vídeos promocionals específics per a diverses actuacions, s'han adaptat vídeos ja existents o s'han facilitat bruts d'imatges per a l'edició dels dits vídeos. A més s'ha assessorat a altres departaments en el procés de realització de vídeos específics de productes i rutes turístiques, aportant també material brut per a aquestes produccions.

- Disseny i adaptació de panells per a fires i actes promocionals

S'ha continuat amb l'adaptació de gràfica publicitària a formats de grans mides per a nombroses fires nacionals i internacionals i actes promocionals organitzats per l'Agència Valenciana del Turisme. A més, s'han dissenyats pàgines per a insercions publicitàries fora de campanya.

8.2. 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 i convenis per a la promoció de productes

i destinacions turístiques es dona suport a les actuacions que tenen com a objectiu la difusió i promoció de productes turístics, de destinacions de la Comunitat Valenciana i aquelles altres de màrqueting dirigides a mercats d'interés prioritari per a les associacions que ho promouen.

A aquests efectes, l'Agència Valenciana del Turisme va firmar convenis de col·laboració amb les entitats següents:

- Associació Empresarial Hostalera de Benidorm, Costa Blanca i Comunitat Valenciana, (HOSBEC)
- Associació Unesco València Mediterrani
- Xarxa Ciutats AVE
- Confederació de Persones amb Discapacitat Física i Orgànica de la Comunitat Valenciana (COCEMFE)
- Plataforma Representativa Estatal de Persones amb Discapacitat Física (PREDIF)
- Associació Club de Producte d'Allotjaments d'Interior de la Comunitat Valenciana Temps
- Fundació Turisme Benidorm de la Comunitat Valenciana.
- Fundació Turisme València Convention Bureau
- Patronat Municipal de Turisme de Castelló de la Plana
- Federació Càmpings de la Comunitat Valenciana
- Confederació d'Hostaleria i Turisme de la Comunitat Valenciana
- Associació Empresarial Valenciana d'Agències de Viatge (AEVAV)
- Associació d'Hostaleria de Torrevieja
- Associació Hotels Alacant Sud
- Federació d'Oci, Turisme, Joc, Activitats Recreatives i Indústries Afins de la (FOTUR)
- Associació Provincial d'Empresaris d'Hostaleria i Turisme de Castelló (ASHOTUR)
- Federació de Falles Secció Especial
- Associació de Fogueres d'Alacant
- Patronat Municipal de Festes de Castelló de la Plana
- Fundació de Turisme de Montanejos
- Associació Valenciana d'Empreses de Teatre i Circ (AVETID)

8.3. MÀRQUETING EN LÍNIA

8.3.1. Portal turístic comunitatvalenciana.com

El portal turístic de la Comunitat Valenciana va rebre en 2016 un total de 3.955.308 visites (segons dades de Google Analytics) la qual cosa suposa un ascens del 7,21 % respecte a 2015 amb un nombre d'usuaris interanual del 8,42 % superior al de l'any 2015 (2.126.718 davant de 1.961.579 de 2015).

Quant a la procedència de les visites, Espanya suposa el 62,96 %, seguit de Regne Unit amb el 8,44 %, França amb el 6,89 %, Alemanya amb el 6,71 %, i Bèlgica amb el 2,90 %, amb trànsit procedent de fins a un total de 212 països (enfront dels 196 de l'any 2015).

Per idiomes els resultats de les versions idiomàtiques són els següents:

- Espanyol 58,38 %

- Anglès 12,95 %
- Francés 09,45 %
- Alemany 08,90 %
- Valencià 01,11 %

Un any més la secció del portal més visitada ha sigut la xarxa de webcams (49,39 %), seguida per agenda d'esdeveniments (8,33 %).

És molt destacable l'evolució de l'ús dels dispositius mòbils. Durant 2016 ha continuat l'augment de l'ús del mòbil (+48,75%), l'ordinador tradicional ha perdut un 10,54 % de les sessions del portal i la tauleta tàctil ha perdut un 0,77 %.

Durant 2016, s'han continuat els treballs de la millora del posicionament del portal turístic, tant a nivell tècnic i també en la millora de continguts i serveis del portal comunitatvalenciana.com.

El portal ha continuat sent l'entorn per a promocionar la Comunitat Valenciana, per això i per a facilitar la navegació i la recerca d'informació en el segon semestre de 2016 s'han reestructurat diverses seccions del portal.

Amb aquests canvis el portal ha continuat la seua senda com a entorn promocional, orientat al consumidor final, on l'usuari pot accedir de manera àgil i atractiva a la més completa informació sobre l'oferta turística de la Comunitat Valenciana, les seues destinacions, recursos i suggeriments de viatge, al mateix temps que interactuar i enriquir els continguts amb la seua participació.

En l'àmbit dels continguts s'ha mantingut la publicació setmanal de notícies i propostes de viatge en 5 idiomes i s'ha treballat en la seua actualització.

El butlletí té un abast mitjà de 14.000 subscriptors amb la distribució per idiomes següent:

Idioma	%Subscriptors
Espanyol	80,35%
Valencià	1,97%
Anglès	11,77%
Francés	3,25%
Alemanys	2,66%
Total	100%

Geoportal

En el Geoportal es permet mostrar informació meteorològica en temps real geoposicionada i adaptada al nivell de zoom, a més hi ha capes d'ofertes per a allotjament, restauració i activitats amb la informació de TOAPS i que permeten la seua reserva des del mateix geoportal.

En l'actualitat els elements geoposicionats, superen els 15.000 recursos. Aquesta informació s'actualitza diàriament i permet inclús el geoposicionament d'agendes d'actualitat.

En 2016 s'ha continuat amb la gestió dels elements del portal i el manteniment dels nombrosos serveis disponibles per al turista, entre altres:

La Xarxa de Web Cams

La Xarxa de webcams en l'actualitat està formada per **79 càmeres** distribuïdes per tota la Comunitat Valenciana:

- 35 en la província d'Alacant
- 19 a la província de Castelló
- 25 en la província de València

Durant el segon semestre de 2016 s'ha continuat amb el manteniment de la Xarxa i s'han iniciat les proves per a la reproducció en temps real amb alguna càmera del model més actual i s'ha analitzat l'estat actual de la Xarxa, amb el propòsit d'abordar la millora dels equips i passar les línies a fibra per a augmentar el cabal de pujada en aquells punts que siga possible.

Xarxa d'estacions meteorològiques:

L'Agència valenciana del Turisme disposa d'una xarxa de **26 estacions meteorològiques** distribuïdes en diferents punts de la Comunitat Valenciana. El seu objectiu és mostrar informació instantània de diversos mesuraments obtinguts per cada estació.

A més, pel que fa a les estacions meteorològiques hi ha un conveni firmat amb l'Associació Avamet i s'ha représ la comunicació amb l'Associació per a millorar les dades oferides per les estacions meteorològiques propietat de l'Agència.

Informació meteorològica:

A més de la xarxa d'estacions meteorològiques propietat de l'Agència Valenciana del Turisme, s'ha continuat amb la publicació de la informació meteorològica en la Comunitat a través del servei contractat per a aquest fi.

En concret, aquest servei es basa en el subministrament de les dades de les previsions meteorològiques de 125 municipis, 21 camps de golf, 4 zones marítimes, així com mapes de previsió per a dos dies i imatges de satèl·lit de manera automàtica i amb una periodicitat d'actualització de 2 hores. Aquesta informació és subministrada en format xml i transformada pel portal turístic de la Comunitat Valenciana en les pàgines del temps.

Continguts del portal

Durant 2016 s'ha incorporat al Portal turístic la possibilitat de consultar habitatges turístics. La càrrega de més de 44.000 registres d'habitatges turístics ha sigut possible mitjançant el desenvolupament d'un nou *webservice* i la coordinació amb l'empresa que dona suport al Portal per a realitzar la càrrega de la informació i mantindre-la actualitzada diàriament.

En concret, la informació que ofereix és: signatura de l'habitatge, domicili, nom del titular o empresa explotadora i telèfon en cas de ser una figura jurídica. Aquesta acció s'ha realitzat com a conseqüència del compromís adquirit per la Comissió d'Intrusisme en aquest sector.

Newsletter

Un total de 155 notícies d'actualitat publicades i traduïdes a 5 idiomes, així com quasi 160 propostes de viatges i enviament setmanal del *newsletter* turístic, *CVNewsletter*, a més de 14.000 usuaris registrats.

Agenda

Agenda de festes i esdeveniments actualitzada per les més de 180 oficines de la xarxa Tourist Info Comunitat Valenciana.

Publicacions en línia

Publicacions en línia per a la seua descàrrega gratuïta des del portal en format PDF i publicació de foliscopis de totes les noves publicacions.

8.3.2. Xarxa de blogs

Durant 2016 s'ha continuat amb la gestió de la xarxa de **5 blogs esportius** en idioma espanyol i en el mes d'octubre la dita xarxa es va ampliar amb el desplegament d'un nou blog: "Rutes culturals: seguint els passos d'intel·lectuals i artistes a la Comunitat Valenciana" que aporta com a valor afegit les entradetes en valencià i anglés, així com l'actualització de dades en Wikipedia i la difusió dels post a través de Facebook (<https://www.facebook.com/rutasintelectuales/>) .

La xarxa de blogs esportius durant l'any 2016 va arribar a les **144.719 visites**.

El 78,56 % de les visites van ser fetes a Espanya, 3,95 % a Argentina, 2,47 % a Mèxic, 2,03 % a Colòmbia i el 1,70 % a Xile.

8.3.3. Vídeo màrqueting i altres desenvolupaments

Durant 2016 la **sèrie de vídeos** en format *timelapse* va tindre la seua continuïtat amb la creació de 8 nous vídeos *timelapse* de destinació, 1 *timelapse* Comunitat Valenciana (compilant els 26 vídeos existents) i 1 vídeo *timelapse* per província compilant els existents, així com dos vídeos 360º que cobreixen València, Alacant, Benidorm i Castelló.

En l'actualitat la sèrie de vídeos *timelapse* està formada per 26 vídeos desglossats de la següent manera per província: 11 a Alacant, 6 a Castelló i 9 a València (1 d'ells *hyperlapse*).

Al llarg de 2016 s'ha treballat en alguns detalls del banc **multimèdia Turisteca** (<http://turisteca.comunitatvalenciana.com>). En l'actualitat Turisteca compta amb 155 usuaris registrats.

8.3.4. E-marketing, campanya de comunicació global

Durant la primera part de l'any i combinada amb la campanya global de publicitat s'han realitzat nombroses accions publicitàries en mitjans d'Internet, amb excel·lents resultats.

a.- Facebook

Durant 2016, per a fer front al canvi d'algoritme que prioritza els post patrocinats, hem generat una estratègia de continguts orgànics altament viralitzables per a assegurar-nos un abast que només aconseguiríem amb inversió publicitària. Això, combinat amb campanyes puntuals de post patrocinats, com la realitzada en Nadal **#NavidadEnVivo**, ens ha permés augmentar qualitativament i quantitativament la nostra comunitat de seguidors en Facebook fins a tancar l'any amb **160.773 fans**.

L'abast mitjà de les nostres publicacions durant 2016 va ser de 132.909 usuaris per setmana, amb pics de 369.105 usuaris al març de 2016.

b. Vídeo en línia

Durant el segon semestre de 2016 es va dur a terme una profunda reorganització del canal Youtube, per a donar cabuda a la nova campanya de publicitat de l'Agència Valenciana del Turisme on s'havien produït espots genèrics, per marques i com a novetat per productes de la Comunitat Valenciana, els nous vídeos *timelapse* i vídeos específics de rutes, com la seda, el grial, dinosaures... i per a la seua millor difusió.

La publicació ha tingut total concordança amb el contingut d'un butlletí setmanal i amb els post i tuits en RRSS que s'han fet ressò de les dites publicacions.

c. Concursos en xarxes socials

Del 23 al 31 de desembre de 2016, s'ha va realitzar en Facebook una acció promocional (el concurs Nadal en Viu) per a aconseguir 25 lots de productes amb DO valenciana, amb més de 400 participants i 50.000 impressions.

8.3.5. Gestió de xarxes socials

En aquest període s'han aconseguit els resultats següents:

- **Facebook:** augment de la comunitat en 25.055 nous seguidors.
- **Twitter:** augment en 5.402 seguidors.
- **Instagram:** s'ha mantingut el nombre de fotos pujades respecte a 2015 i triplicat el nombre de seguidors superant els 19.000.
- **Youtube:** en els mesos de campanya s'ha superat la barrera del milió de visualitzacions, superant els 148.296 minuts totals de visualització i una mitjana de visualitzacions de 60". La fita més rellevant d'enguany són els quasi 500 subscriptors al canal aconseguida en 2016 i els 2.944 vídeos compartits.
- **Google +:** des de la seua obertura s'han aconseguit 359 nous seguidors i 30.100 vistes.
- **Pinterest:** s'han publicat 5 taulers més que en 2015 amb una mitjana diària de 1.191 impressions i 665 visites.

Durant el 2016 s'ha continuat amb les accions en xarxes socials, a continuació es detallen els resultats:

- Facebook:
www.facebook.com/comunitatvalenciana
Publicació de notícies i continguts promocionals diversos (fotos, vídeos, enllaços...) i difusió d'altres iniciatives com ara blogs i campanyes de vídeo. Actualment compta amb

més de 164.000 fans, la qual cosa suposa que, des de la finalització de campanya, s'ha continuat l'augment de fans a bon ritme, amb 15.000 nous fans en l'últim trimestre de l'any.

- Twitter:
www.twitter.com/c_valenciana
Participació en la conversació, seguiment de comptes rellevants, generació de tuits, *replies*, RTs amb efecte viral. Així mateix s'han creat comptes específics per a la publicació de notícies d'agenda, propostes de viatge, notícies d'actualitat i altres serveis RRSS del portal.

L'increment de seguidors en els últims mesos de l'any ha sigut considerable, superant la barrera dels 75.000 seguidors i actualment fregant els 80.000 seguidors.

- Instagram:
www.instagram.com/comunitat_valenciana
Una vegada finalitzada la campanya s'ha continuat amb el treball en aquesta xarxa, incloent-hi també la publicació de vídeos i s'han aconseguit molt bons resultats en els últims mesos. Hem passat dels 7.000 seguidors de l'exercici 2015 als 19.000 seguidors amb què s'ha tancat l'any 2016, la qual cosa ha suposat un increment de 12.000 seguidors en 12 mesos. Ha sigut el perfil que més ha crescut exponencialment de tots els que gestionem.

- Xarxes socials complementàries i seguiment
Manteniment de Pinterest i google +, que difonen l'oferta turística de la Comunitat Valenciana.
Totes aquestes accions comporten també una labor continuada de monitorització de l'activitat social i mesurament de resultats que ens permeten avaluar l'evolució social

Pla de mitjans i realitzar els ajustos necessaris a través d'una sèrie d'indicadors que, a més dels paràmetres tradicionals (visitants únics, duració visites, enllaços entrants, pàgines vistes, taxa rebot...), incorporen paràmetres 2.0 directament relacionats amb l'activitat social tant en la comunitat interna del portal com en les comunitats disperses.

A través d'aquestes iniciatives s'ha incidit en la promoció i posicionament de la destinació en les principals xarxes socials, la generació de continguts dels usuaris (UGC) i la participació dels internautes en la configuració dels serveis en línia, actuant principalment a través de ginyes i RSS.

8.4. CRM

Durant 2016 s'ha posat en marxa el CRM de l'Agència Valenciana del Turisme. Per a l'elecció de l'eina a utilitzar s'han tingut en compte aspectes econòmics i tècnics, l'eina seleccionada ha sigut suiteCRM, eina Opensource que és una evolució de la versió community del producte comercia SugarCRM.

Aquesta eina cobreix pràcticament la totalitat de necessitats d'un sistema CRM, si bé, per

ser una eina opensource, és possible la modificació dels seus mòduls i la incorporació de nous, per això, s'han adaptat els mòduls de comptes i contactes que ha permés una relació m:m entre ambdós mitjançant la declaració del càrrec que ocupa un contacte en un compte, s'ha adaptat el mòdul de reunions per a adaptar-lo a la fitxa de visites que es realitza en l'Agència, s'ha elaborat un procediment per a automatitzar la càrrega de la informació bàsica (signatura, nom, domicili, telèfon, adreça electrònica) de l'oferta reglada disponible en el registre d'empreses de l'Agència. També s'han realitzat les primeres tasques relacionades amb adreça electrònica màrqueting.

8.5. ACCIONS FORA DE CAMPANYA

8.5.1. Campanya nacional de col·laboració amb OTAS

Per al període preestiuenc, d'abril a juliol de 2016, es va dur a terme una campanya nacional en col·laboració amb 3 OTAS, que va obtindre l'abast següent:

	IMPRESSIONS EN LÍNIA				CoMkt mitjans	RÀDIO impactes	TOTAL
	Display	Falques en streaming	RRSS	Adreça electrònic a Mkt			
Logitravel	28.119.303		601.333	3.500.000	4.093.000		36.313.636
Destinia	750.034	220.000	196.513	400.000		14.756.000	16.322.547
Atrapa-ho	9.041.328		102.329	1.551.173			10.694.830

8.5.2. Col·laboració amb bloggers turístics

Prèviament als mesos vacacionals d'estiu, es va realitzar una col·laboració amb el blog de contingut turístic "SaltaConmigo"; blog especialitzat en viatges de tipus escapada cultural, gastronòmica i amb parts actives. La col·laboració va ser del 25 de juny al 2 de juliol i van recórrer part de les províncies de València i Alacant.

Es van publicar 11 post en FaceBook amb un abast de més de 96.000 persones i van provocar més de 2.000 reaccions. Cobertura de l'*hashtag* #SaltaConValenciana amb més de 2.700.000 impressions

Publicació de 5 fotografies en Instagram amb 4.636 reaccions amb un abast potencial d'unes 17.000 persones.

S'han realitzat 16 vídeos en directe en Periscope amb un total de 1.660 espectadors i un temps de visualització de més de 26 hores.

8.5.3. Col·laboració amb bloggers accessibilitat

El posicionament de la Comunitat Valenciana com una destinació turística accessible requereix no sols que les nostres destinacions siguen sempre espais d'acollida amb productes i serveis accessibles sinó també la realització d'accions de comunicació que

ajuden el seu posicionament dins del segment mencionat, que comprén des de la discapacitat a la diversitat funcional.

Amb aquesta finalitat i després d'analitzar els possibles mitjans es va contactar amb el blog líder en aquest sector, **viajernessinlimate.com**, per tractar-se d'un blog turístic especialitzat en turisme accessible amb una àmplia difusió i gran prestigi.

Viajernessinlimate.com acumula una de les millors cobertures del mercat nacional amb més de 2,4 milions visites en cada una dels seus webs (viajernessinlimes.com i asaltodemata.com), prop de 40.000 seguidors en xarxes socials (Facebook i Twitter), 9.000 subscriptors dels seus *newsletters* i més de 6 milions de visites als seus vídeos.

A més, viajernessinlimate.com s'ha posicionat com un dels principals viatgers en cadira de rodes a nivell nacional amb múltiples reconeixements i una gran repercussió mediàtica com pot veure's en el dossier annex.

La col·laboració es va transformar en un viatge d'una setmana per la província de Castelló, en concret per 11 municipis tant de costa com interior, amb cobertura en directe per xarxes socials, realització i difusió d'un vídeo general del viatge i vídeos temàtics, creació d'àlbums i col·leccions en *flickr* sobre el viatge.

A més es va realitzar un informe confidencial de consultoria emocional com a viatger en cadira de rodes sobre els llocs visitats (tant recursos com oferta turística).

8.6. TRAVEL OPEN APPS 2016

Dins del marc de la contractació per al desenvolupament de la plataforma Travel Open Apps (exp. 13/12), per a les anualitats 2013-2014, prorrogat per a les anualitats de 2015 i 2016, les actuacions durant l'any 2016 han consistit a, primer, vigilar el compliment del plec de condicions tècniques, de tal manera que s'incorporen les evolucions proposades en aquest i en segon lloc, la captació del nombre més gran possible d'empreses turístiques.

En 2016 s'ha aprofundit a captar noves empreses i operadors per a la plataforma, i el necessari manteniment del codi ja entregat s'ha treballat en diferents desenvolupaments a la recerca de la usabilitat de l'eina:

Gestió interna d'hotel i OC

Evolució sistema de publicació a OTAS

S'ha incorporat la possibilitat de publicar per canal i amb un sol clic podem publicar contra un operador el que ja tenim precarregat en el sistema. S'ha creat una nova visualització a 6 mesos, millorat el release a nivell de tarifa, millorat el control d'errors. Respecte a la quota el sistema s'ha preparat per a utilitzar sempre la quota que hi haja en el PMS del client, a més s'ha treballat en la implementació d'una quota de seguretat. Es guarden tarifes antigues per a poder ser usades en qualsevol moment, s'ha millorat la possibilitat de publicar massivament en diferents canals i per a millorar la usabilitat i estalviar temps d'espera s'envien només els canvis a realitzar en el sistema estalviant considerablement el

flux de dades millorant entre altres els temps de resposta de pantalla.

Sistema de polítiques comercials

Idioma de la sessió i nom de la política multiidioma. Polítiques comercials per a clients VIP i metacercadors. Mostrar el desglossament de polítiques en la pantalla d'operativa. Actualització de preu final sempre a la vista per a facilitar la labor comercial. Implementació d'un sistema d'Històric de canvis que permet tornar al pas anterior amb un sol clic. Dies de release amb rang i aplicació de política comercial segons la distribució de la reserva. A més, s'ha inclòs un comptador en la pantalla de consulta de polítiques per a indicar quantes reserves estan associades a aquesta, a més de configurar un etiquetatge lliure per reserva. Es poden fer recerques fins i tot per una política comercial.

Inventari compartit

S'ha implementat l'inventari per dies solts sobre una visualització de calendari que agilitza moltíssim el treball en la plataforma

Gestor de tarifes

Es treballa en una nova pantalla que permet una gestió de tarifes més senzilla i directa. Aquest nou mòdul mostrarà en mode malla tots els preus combinats entre tarifes i habitacions. De la mateixa manera també es mostraran les restriccions i la quota associada. La pantalla ja està activa en producció i permet consultar totes les tarifes tant internes com externes (Booking, Expedia i Hotelbeds) de manera compactada. Molts i variats canvis respecte als suplementos i descomptes en tarifa derivats de les polítiques comercials. S'ha treballat en una fórmula per a facilitar la seua comprensió (tant per a aplicar-los com per al client final).

Metacercadors

Nou mòdul que permet publicar preus als metacercadors inicialment es connectarà a Trivago. D'aquesta manera tindrem una nova arma per a reconduir trànsit a les webs dels proveïdors. Actualment estem en el procés de certificació per part del metacercador. S'ha implementat una comparativa de preus i el sistema permet comprar els preus de les webs dels proveïdors amb Trivago i Booking, a fi de detectar disparitats de preu com més prompte millor.

Multimèdia

Nou mòdul multimèdia, més àgil i senzill que inclou nou contingut necessari per a tipificar correctament la informació que presentem en les webs. El mòdul va en línia amb la càrrega única, i així deixarem un mòdul per a càrrega de preus un altre per a càrrega de contingut.

CM

Millores en la WEB per a potenciar el disseny responsiu i optimització de la càrrega de les WEB reduint la càrrega dels css i js que es carreguen a l'inici i reduint els temps de resposta de la construcció de la web. Amb aquest mateix objectiu s'escorrollen les peticions dels sitemap i sitemap

S'ha preparat un mòdul de comentaris que cobreix les necessitats bàsiques per a captar les opinions en les nostres webs del client final.

Business Intelligence

Generació d'Informes a mida. S'han realitzat una sèrie d'informes a mida per a la direcció del projecte. S'han millorat els informes desenvolupats en l'eina i la personalització inicial dels informes.

S'han aconseguit importants avanços quant a la usabilitat de l'eina fent-la cada vegada més intuïtiva i automàtica. S'han incorporat nous filtres per canal i sistemes en els DashBoard, d'aquesta manera es pot distingir fàcilment la venda de web, channel o stockist.

En relació amb la visibilitat de l'oferta turística carregada en Travel Open Apps dirigida al client final, en 2016 s'ha remodelat el motor de reserves i s'ha aconseguit agilitzar els passos acurtant el nombre de clics fins a finalitzar l'acció de reserva. La millora ha servit per als 3 motors: allotjament, oferta complementària i restauració.

S'ha continuat facilitant la realització de webs per a les empreses turístiques de la Comunitat Valenciana a través de Travel Open Apps. I també la implantació dels motors de venda per a facilitar la reserva directa des de la mateixa web d'aquestes empreses turístiques, extensiva a tot tipus d'empreses (allotjament, AV, turisme actiu, restaurants, etc.). Les dades de 2016 mostren que 70 empreses han sol·licitat l'alta en la plataforma enguany. El volum de reserves de Travel Open Apps se situa durant l'any 2016 en 55.383 reserves confirmades i el volum de negoci generat per aquestes reserves ha sigut de prop de 28 milions d'euros.

8.7. COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA: PUBLICACIONS I CONTINGUT GRÀFIC

En el marc de les accions per a la comunicació de la marca Comunitat Valenciana, durant l'exercici 2016, dins del Programa de publicacions i material promocional s'han dut a terme diferents actuacions amb l'objectiu d'assegurar la major difusió i coneixement d'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'ha procedit a la realització de les següents accions.

8.7.1. Reimpressions i noves edicions

•Flyers de producte castellà i anglés

A començament de 2016 amb motiu de la fira de Fitur 2016, s'ha contractat la impressió de les noves publicacions de producte, de les quals s'han editat 5.000 exemplars de cada una en castellà.

- flyer turismo accesible,
- flyer turismo LGBTI,
- flyer turismo gastronómico,
- flyer turismo activo/interior
- flyer Ruta de la Seda.

En el primer trimestre, es va realitzar la versió en anglés. Així mateix, durant l'últim trimestre de l'any, s'ha realitzat una nova tirada corregida del flyer de la Ruta de la Seda per falta d'existències en el magatzem.

• Fullet i pòster de Falles 2016

Per quart any consecutiu, s'ha realitzat, en col·laboració amb la Federació Valenciana d'Hostaleria, el disseny i la impressió de 10.000 exemplars de "Descobreix les Falles", un fullet d'ofertes de restauració en la ciutat de València i contornada amb motiu de les Falles i pòster.

• Plànols de ciutats adaptats segments LGBTI

En 2016, per primera vegada l'Agència Valenciana del Turisme ha dissenyat i aprovat un Pla de màrqueting l'objectiu fonamental del qual és intentar posicionar la destinació turística Comunitat Valenciana com una destinació acollidora per al turista LGBTI.

Amb aquesta finalitat s'han preparat una sèrie d'activitats promocionals que es van iniciar amb la participació amb estand propi en la fira FITUR-Gay el mes de gener de 2016. Per a poder optimitzar les successives accions i facilitar la informació correcta de l'oferta de la Comunitat Valenciana per al turista LGBTI s'ha realitzat l'adaptació i impressió dels plans turístics de València i Benidorm on es concentra l'oferta turística i d'oci, dirigida al consumidor LGBTI. S'han editat 5.000 exemplars de cada ciutat.

• Concurs publicacions

Durant el primer trimestre 2016, s'ha iniciat una contractació mitjançant concurs públic (EXP. 21/16) per a la reimpressió de distintes publicacions turístiques l'edició de les quals es durà a terme durant el primer semestre 2017.

- ◆ *Guia cales i platges amb encant:* 1.000 exemplars
- ◆ *Guia golf :* 2.000 exemplars
- ◆ *Guia de busseig:* 1.000 exemplars
- ◆ *Guia genèrica Comunitat Valenciana:* 41.000 exemplars
- ◆ *Guia genèrica rus:* 1.000 exemplars
- ◆ *Guia d'Alacant:* 8.000 exemplars
- ◆ *Guia de València:* 9.000 exemplars
- ◆ *Guia de Castelló de la Plana:* 2.000 exemplars
- ◆ *Guia rutes i excursions:* 5.000 exemplars
- ◆ *Guia senderisme:* 1.000 exemplars
- ◆ Plànol València: 35.000 exemplars
- ◆ Plànol Alacant: 20.000 exemplars
- ◆ Plànol Castelló de la Plana 17.000 exemplars
- ◆ Talonaris plànols ciutats 13.000 exemplars
- ◆ Mapa Comunitat Valenciana: 25.000 exemplars

• Plànol guia ciutat de València

Per a poder atendre les necessitats en l'últim trimestre de 2016 de la Xarxa Tourist Info, actes promocionals i fires en què participa l'Agència Valenciana del Turisme i sol·licituds externes de material promocional per a congressos i altres entitats, s'ha procedit a la

impressió de 40.000 exemplars de plànols de la ciutat de València en castellà/anglès i francès/alemany:

- Plànol de la ciutat de València castellà/anglès: 30.000 exemplars
- Plànol de la ciutat de València francès/alemany: 10.000 exemplars.

8.7.2. Creació gràfica

•Fires nacionals i internacionals

La presència de l'Agència Valenciana del Turisme 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 distintes participacions a les quals s'ha acudit.

•Roll ups

S'han dissenyat i produït 2 roll ups amb motiu del Consell de Turisme de la Comunitat Valenciana.

8.7.3. 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 a què assisteix l'Agència Valenciana del Turisme, s'ha procedit a la producció dels següents elements de marxandatge:

- Motxilles BTT (1.000 unitats)
- Portadocuments (1.000)
- Memòria USB colors (2.000 unitats)
- Pins colors (2.500)
- Xapes marca Comunitat Valenciana (2.500 unitats)
- Xapes logotip Ruta de la Seda (3 models: 2.500)
- Xapes logotip Camins de Dinosauris (2 models: 2.500)
- Bosses de plàstic promocionals: 20.000.
- Culleres de pal de paella (2.000).
- Llibretes colors amb Chaim "Mediterrani en Viu" (2.000)
- Bloc de colors amb Chaim "Mediterrani en viu" (2.500)
- Palmitos LGBT (2.000)
- Polseres de silicona producte LGBT (2.000)
- Pilotes de platja (3 models de diferents colors: 2.000).

-

B- Banc d'imatges turístiques

•Reportatge fotogràfic de destinació

El banc d'imatges turístiques és una eina estratègica d'èxit de les accions de comunicació del turisme i és base essencial per a la producció dels suports de comunicació editats per l'Agència Valenciana del Turisme contribuint així a una promoció eficaç dels productes i destinacions.

Per això, en 2016, s'ha procedit a la realització d'un reportatge fotogràfic de destinacions

de la Comunitat Valenciana amb qualitat publicitària per a la seua utilització en tota acció promocional i en tot tipus de suport.

•Cessió d'imatges per a ens públics i mitjans de comunicació

Així mateix, seguint la línia de col·laboració amb agents externs, s'ha prestat 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 mateixa Agència Valenciana del Turisme i Generalitat.

•Banc d'imatges

L'Agència Valenciana del Turisme té com a objectiu la divulgació dels recursos turístics que puguin satisfer les noves tendències de la demanda la comunicació de la millor imatge dels productes turístics que componen l'oferta del sector turístic. Així mateix, ha de propiciar el creixement de l'activitat turística des de l'enfocament del desenvolupament sostenible i potenciar les accions de promoció de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana, i les seues distintes marques i productes turístics, dins i fora del seu àmbit territorial.

Per a aconseguir aquests objectius, un dels instruments amb què compta l'Agència Valenciana del Turisme és un banc d'imatges que representen la realitat turística de la Comunitat Valenciana.

Per aquest motiu en 2016, s'ha posat en marxa una licitació per a l'actualització i ampliació del banc d'imatges de la Comunitat Valenciana, licitació que preveu 3 tipus de serveis:

- imatges destinació/recurs turístics
- imatges de productes
- imatges experiencials.

9. ACTIVITATS PROGRAMA XARXA D'OFICINES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

L'objectiu del Programa XARXA **TOURIST INFO** és oferir al turista un servei d'informació i acollida 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 l'Agència Valenciana del Turisme, amb oficines pròpies i de gestió local, incidint així en la satisfacció i 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 la seua estada.

En l'exercici 2016 s'ha modificat el **model de conveni Tourist Info**, després d'un període de revisió i adaptació del conveni al Decret 176/2014, de 10 d'octubre del Consell, pel

qual es regulen els convenis que subscriga la Generalitat i el seu registre. Els canvis més importants afecten la duració, que passa de ser indefinida a fixar-se en dos anys, amb prorroga d'altres dos anys i un màxim de quatre, la creació d'una comissió de seguiment del conveni durant la seua vigència, i la concreció de les obligacions econòmiques quant a import, programa pressupostari i exercici pressupostari, configurada aquesta com una subvenció. Per consegüent la col·laboració passa a estar subjecta als requisits establits en la normativa de subvencions quant a la concessió, gestió i reintegrament.

L'exercici 2016 va tancar amb **13 punts d'informació** temporals i **203 oficines** en funcionament dins de la Xarxa (77 oficines a Alacant (el 38 % del total de les oficines de la Xarxa), València amb 71 (el 35%) i Castelló amb 54 (el 26 %): amb una bona presència del servei al llarg de la Comunitat Valenciana tant en destinacions de litoral, com d'interior i urbanes, gestionades en col·laboració amb **143 entitats locals** i entitats turístiques. A aquestes s'hi afegien el punt d'informació exterior de Brussel·les.

Cal destacar que el 85 % de les noves oficines que s'han incorporat en els últims anys s'ubiquen en destinacions turístiques d'interior.

La Xarxa s'ha vist reforçada en la seua labor com a eina de màrqueting de les destinacions, procurant la seua evolució cap a nous serveis que s'adapten millor a un mercat més segmentat i exigent. En 2016 s'ha continuat treballant en el desenvolupament d'un projecte d'integració de les tecnologies de la informació i comunicació en la gestió i els serveis, "Xarxa Tourist Info s.XXI", amb un avanç significatiu en la formació i dotació d'eines corporatives perquè les oficines participen activament en les estratègies de posicionament en línia de les destinacions turístiques.

9.1. COBERTURA DE LA XARXA I INDICADORS DE SERVEI.

La Xarxa Tourist Info presenta una cobertura territorial comarcal del 100 % (presència en les 34 comarques de la Comunitat).

L'Agència Valenciana del Turisme ha incorporat durant 2016, **quatre noves oficines**, Tourist Info Villa d'Aspe (Alacant), Tourist Info Callosa d'en Sarrià-Balcó de l'Algar (Alacant), Algemesí-Mercat (València) i Tourist Info Cirat (Castelló).

A més, durant 2016 s'ha restablert el servei en les oficines Tourist Info Albaida (València) i Tourist Info Calp Centre (Alacant).

L'Agència Valenciana del Turisme treballa també en la modernització de la imatge i millora de les instal·lacions de les Tourist Info. Així dins de les ajudes convocades per a 2016 i dirigides a les entitats locals de la Comunitat Valenciana, el Programa 6. **Adequació i millora de les instal·lacions de la Xarxa Tourist Info**, que arreplega com a actuacions subvencionables els projectes d'inversió en oficines d'informació turística adherides en la Xarxa Tourist Info que tinguen com a objecte la millora dels serveis al turista en destinació a través de l'adequació, renovació o modernització de les seues instal·lacions, s'han considerat favorables 28 projectes (deu en la província d'Alacant, nou en la província de València i altres nou en la província de Castelló).

A més, s'han portat, per iniciativa pròpia de l'Agència altres xicotetes actuacions consistents en l'ampliació, reposició per deteriorament o renovació de la implantació de la marca corporativa Tourist Info en 24 oficines de la Xarxa Tourist Info.

Quant al **model de gestió i relació interadministrativa**, en 2016 l'Agència Valenciana del Turisme i la Fundació Turisme València Convention Bureau de la Comunitat Valenciana han estretit la seua col·laboració en la prestació de serveis d'informació turística, compartint una mateixa seu física a fi d'optimitzar els recursos existents, mitjançant 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.

El conjunt de la Xarxa va atendre en 2016 un total de **2.134.123 demandes d'informació** en destinació, el 63,6 % de les quals han correspost a turistes nacionals. En total, i segons el registre estadístic de la Xarxa Tourist Info, són **2.239.146 les persones que han visitat les oficines i punts d'informació de la Xarxa**, de les quals el 66,4 % procedeixen de territori espanyol.

Quant als **indicadors qualitatius** més significatius, cal destacar l'Enquesta de satisfacció del client que va processar en 2016 un total de **7.338 qüestionaris**, dels quals es van considerar vàlids **6.923**, per haver sigut respostes la totalitat de les preguntes.

Aquests qüestionaris van registrar un grau mitjà de **satisfacció d'expectatives** del client sobre l'oficina visitada de **9,57 punts sobre 10** i amb un **9,42 sobre 10 l'atenció i serveis oferits** en les oficines. A més, un 46,6% va indicar haver visitat més d'una oficina, un signe clar de fidelitat i satisfacció del servei ofert per la Xarxa Tourist Info.

9.2. ORIENTACIÓ AL CLIENT: EL PLA DE QUALITAT

A través del **Pla de qualitat**, es fomenta la cultura de l'excel·lència entre els informadors locals i s'impulsa la implantació de sistemes d'assegurament de la qualitat, treballant també aspectes mediambientals, d'accessibilitat universal i de qualitat total en destinació –SICTED–.

La Comunitat Valenciana tanca 2016 com a **líder nacional en Qualitat Turística per CA** -empatada amb Andalusia-, en nombre d'oficines certificades amb la Q de qualitat a Espanya. Al llarg de 2016 es van superar de manera satisfactòria **78 minucioses proves d'auditoria externa o avaluació**: 29 certificades amb la Q de Qualitat Turística; 7 oficines van realitzar l'avaluació de la ISO 9.001; 1 oficina la de la norma ISO 14.001 (gestió mediambiental); 1 distingida amb la UNE 17.001 d'Accessibilitat Integral i 40 oficines amb el Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinació –SICTED–

Segons les dades que publica l'ICTE (Institut de Qualitat Turística d'Espanya) respecte a la "Q" prop **del 25 % de les oficines espanyoles distingides amb la "Q" pertany a la Xarxa Tourist Info**.

Comité de Qualitat: l'Agència 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 via de certificació de la Xarxa.

A partir de 2013 el Comité va ampliar la seua comesa a experiències sobre projectes de tecnologies i innovació.

En 2016 es van celebrar dues reunions del Comité:

- **20a. Reunió del Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info** a Benidorm l'1 de juliol de 2016. Amb els següents punts tractats.
 - o Balanç del primer semestre de 2016 amb el resultat dona les últimes auditories de certificació, renovació i seguiment de norma UNE-ISO 14785, Norma UNE 187003, Norma UNE 9001, Norma UNE 14001, Norma UNE 17001, així com de les oficines amb el distintiu Compromís amb la Qualitat del Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinació – SICTED.
 - o Identificació de les empreses de turisme actiu i la seua legalitat. Anàlisi entre les divergències entre legalitat municipal i legalitat autonòmica en l'oferta turística reglada.
 - o Coneixement de projectes i experiències innovadores de la Xarxa Tourist Info.
- **21a. Reunió del Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info, durant les XV Jornades de la Xarxa celebrades a Cíntorres-Forcall l'1 de desembre de 2016.**

En la qual es van tractar els punts següents:

- o Balanç de 2016 amb el resultat dona les últimes auditories de certificació, renovació i seguiment de norma UNE-ISO 14785, Norma UNE 187003, Norma UNE 9001, Norma UNE 14001, Norma UNE 17001, així com de les oficines amb el distintiu Compromís amb la Qualitat del Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinació – SICTED.
- o Creació de grup de treball per a desenvolupament d'aplicacions tecnològiques per a la Xarxa Tourist Info, en el Portal turístic de la Comunitat Valenciana, Intranet de la Xarxa Tourist Info i Base de dades Winsitur.
- o Concurs d'Hospitalitat Xarxa Tourist Info 2017. Avanç de la dinàmica bàsica.
- o Concurs d'Innovació de la Xarxa Tourist Info 2017. Avanç de la dinàmica bàsica.
- o Difusió del Programa petjada de carboni.

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

A més de l'assistència en matèria de qualitat que ofereixen directament els coordinadors, es va prestar suport tècnic directe a les entitats locals i a les oficines que ho van requerir a través dels coordinadors territorials i 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 l'Agència Valenciana del Turisme, emplaçades en les capitals de província, han prestat suport per a la posada en marxa de nous serveis en la seua província, cobrint informativament aquelles destinacions que no tenen oficina pròpia. En 2016 es van registrar **130 accions d'assistència** tècnica i coordinació amb desplaçament dels coordinadors, la cap de la unitat i personal propi en les tres províncies fins a les destinacions.

D'altra banda, en 2016 s'ha donat suport a distintes entitats per a la promoció turística en destinació d'esdeveniments i productes, col·laborant entre altres amb; CONHOSTUR (Descobreix el sabor de les falles), Gastronomic Spain (Distribució de postals gratuïtes), Jornades de portes obertes "Obrim el Mar" amb les escoles de vela de la Comunitat Valenciana, la Gala ADV15, l'Escola de la Mar de Borriana i el Canoe Polo 2016, a més s'ha distribuït material informatiu i realitzat una visita guiada amb l'esdeveniment AUTELSI, es va rebre a la Delegació Cultural Juvenil Xilena, es va col·laborar amb el Festival Formigues dirigit a públic familiar a Benicàssim, i amb la difusió de les Jornades Interdisciplinàries de Platges Continentals celebrades a Gestalgar.

A més de distintes visites guiades a les Tourist Info pròpies sol·licitades per a alumnes nacionals i internacionals.

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

Les oficines Tourist Info pròpies van rebre en 2016 un total de 17 alumnes en pràctiques procedents de distintes centres públics de Formació Professional (Mòdul de Comercialització i Promoció Turística) i universitats valencianes (Graus de Turisme i Comerç Exterior); i una alumna que va participar en el Programa de gestió, en l'equip de Seu Central.

Els alumnes que realitzen aquestes pràctiques participen de les tasques bàsiques, en els centres on estan destinats, i reben, a través del personal del servei i dels cursos del Pla de formació, coneixements per a la seua capacitat professional com a informadors o tècnics, segons la destinació.

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

Per a garantir al visitant la millor estada, el servei s'ha d'orientar estratègicament a la satisfacció i fidelització del turista: que torne, que ens recomane. Per això, la qualitat i professionalitat dels recursos humans són dos paràmetres permanents per a reforçar la labor que realitza la Xarxa Tourist Info i, en última instància, optimitzar el consum turístic dinamitzant la despesa en destinació.

Les estratègies de màrqueting de l'Agència Valenciana del Turisme estableixen línies d'actuació per aconseguir l'excel·lència en l'atenció al client, a través del ja mencionat Pla de Qualitat i del **Programa de formació de la Xarxa Tourist Info**.

En col·laboració amb empreses, administracions turístiques i altres entitats, en 2016 s'han realitzat **9 jornades formatives**, amb un total de **80 hores de duració** i una participació de **308 assistents**. Les activitats es van dur a terme sota distints formats com *famtrip*, jornades de destinació, presentacions de productes, cursos, trobades, tallers, etc., seguint sempre 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, realitzant edicions per província del mateix curs.

Quant a continguts competencials, s'han treballat tècniques d'atenció al client - hospitalitat-, gestió de qualitat, tecnologies, accessibilitat, així com sistemes de reducció de la petjada de carboni, entre altres matèries, continguts dirigits a tècnics i informadors turístics de la Xarxa.

Al novembre es van convocar, en col·laboració amb els Ajuntaments de Cinctorres i Forcall, les XV Jornades de la Xarxa Tourist Info. En aquesta edició es van reunir prop de 90 informadors i tècnics municipals de 59 destinacions. Durant 2 dies, els informadors van poder conèixer de primera mà el model turístic d'aquests municipis d'interior, patrimoni, cultura, gastronomia i la visita als importants jaciments paleontològics de la zona.

Entre els famtrip de productes i destinacions realitzats, cal destacar el *famtrip* a Manises, Riba-roja de Túria, Elx, "Tour&kids" a Alacant, Aeroport Alacant-Elx.

En col·laboració amb associacions professionals i representants dels distints subsectors turístics, s'han treballat productes com el de naturalesa, cultural, gastronomia, a fi de millorar el suport a la promoció i comercialització de les empreses en destinació. En 2016 s'ha col·laborat amb la Xarxa de CDT, Invat-tur, Associació ATURFAM, Centre d'Educació Ambiental de la Comunitat Valenciana i amb establiments i instal·lacions turístiques.

S'ha continuat treballant amb la Xarxa de Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana, a través de la figura dels PIC (Oficines Tourist Info acreditades com a Punts d'Informació Col·laboradors de Parcs).

9.6. SISTEMES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

Recullen de manera sistemàtica la informació actualitzada de l'oferta turística amb un doble objectiu: integrar tecnològicament la informació generada pels diferents actors de la destinació en un sol contenidor i difondre l'oferta turística al llarg de totes les oficines de la Xarxa, mitjançant ferramentes tecnològiques i procediments corporatius.

- WINSITUR i MANTUR (bases de dades de l'oferta turística). Tenen **26.704 registres**, dels quals, els corresponents a oferta complementària es mantenen de manera descentralitzada des de les oficines, amb la supervisió de les oficines pròpies. La comptabilització de les operacions de validació de dades i de trànsit de documents amb

informació per a l'actualització de les bases de dades són dues de les tasques, de les quals es va prescindir com a conseqüència del retall de personal de la Unitat d'Informació Turística.

- 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 alt nivell de demanda. En 2016 les oficines han editat i difós, a més d'altres continguts del Portal, un total de **2.786 pàgines** amb informació de festes i esdeveniments de les seues destinacions en diferents idiomes.
- Xarxes socials: L'activitat virtual de les oficines en Facebook i en altres canals facilita la relació amb el turista i el sector empresarial. Des de 2011, la Xarxa Tourist Info està present en Facebook per a tindre un canal de comunicació que reforce la difusió de l'Agenda de Tourist Info i la interacció entre les oficines.

En 2016 es continua consolidant aquesta presència en xarxes socials i potenciant tant la participació de les 4 oficines pròpies, amb els seus perfils propis, així com de les oficines convingudes que van augmentant la seua presència en altres canals com Twitter, Flickr, Foursquare, Pinterest, Instagram, Youtube.

- Fan Page del **Tourist Info Alacant en Facebook: 2.027 seguidors** (un increment del 34 % respecte a l'any anterior).
- Fan Page del **Tourist Info Castelló en Facebook: 4.250 seguidors** (un increment del 23 % respecte a l'any anterior).
- Fan Page del **Tourist Info València en Facebook: 1.012 seguidors** (un increment del 22 % respecte a l'any anterior).
- **Fan Page Xarxa Tourist Info: 4.628 seguidors** (un increment del 16 % respecte a l'any anterior).

9.7. PROJECTES D'INNOVACIÓ

El context turístic actual requereix optimitzar les tecnologies i oportunitats del nou entorn en línia, facilitant l'evolució de les oficines Tourist Info cap a noves tendències, serveis, coneixement del client i, en definitiva, més presència de la Xarxa Tourist Info en l'estratègia de màrqueting de les destinacions.

La Generalitat treballa conjuntament amb les entitats locals en la modernització de les oficines i en l'impuls de nous serveis que acosten la Xarxa Tourist Info a les exigències de la informació turística del s.xxi: la tematització d'oficines, les xarxes socials com a nous canals per a oferir informació al client en totes les fases del viatge, un nombre creixent d'oficines que ofereixen connexió *Wifi* gratuïta als turistes, integració de codis "QR" per a l'accés a la descàrrega de fullets o app turístiques, o les prop de 30 oficines que disposen de suports de màrqueting dinàmic com pantalles tàctils 24h o pantalles per a la difusió d'informació.

En aquesta línia, en 2016, es va posar en marxa una nova plataforma en línia que com a nova eina de treball per a la Xarxa Tourist Info permet registrar tant les demandes d'informació ateses en les oficines, com realitzar les enquestes de satisfacció als turistes. Amb aquesta eina s'ha passat de la recollida i tractament manual de les dades, tal com es venia fent fins ara, a la possibilitat d'explotar aquestes dades en temps real i de manera automàtica.

Com a complement al punt anterior i a manera d'experiència pilot, es van subministrar **90 tauletes tàctils i teclats sense fil per a** la Xarxa Tourist Info, com a element de suport del servei en mostrador, per a les funcions següents:

- Presa de dades (estadístiques) de peticions en mostrador, telefòniques i en línia en suport sobretaula.
- Ompliment d'enquestes directament pel client en mà amb cable de seguretat.
- Aparador d'informació (material gràfic, audiovisual, portal web, etc.) i full de consulta per a l'atenció del turista en mostrador.

9.8. FOMENT DE L'HOSPITALITAT TURÍSTICA

Ciudadans i turistes de la Comunitat Valenciana van celebrar el Dia Mundial del Turisme 2016 participant 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: "Turisme per a tots".

L'Agència Valenciana del 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 posar de manifest, tal com afirma Nacions Unides, que el 15 % de la població mundial, segons estimacions, viu amb algun tipus de discapacitat, a més, a causa de l'envelliment de la població, l'accessibilitat universal del turisme acabarà, abans o després, per beneficiar-nos a tots. L'accessibilitat per a tots hauria d'estar, per tant, en el centre de les polítiques de turisme i de l'estratègia empresarial.

L'estratègia de comunicació turística s'articula en funció dels diferents canals o suports complementaris entre si, ja que a la tradicional línia de comunicació basada en publicacions impreses se suma cada vegada amb més força la comunicació a través d'Internet com una via eficaç de promocionar la Comunitat Valenciana.

A això cal afegir-hi la publicitat a través de campanyes de comunicació o insercions directes en mitjans de comunicació com a reforç en períodes prevacacionals i la col·laboració amb diverses entitats per a actuacions de màrqueting turístic.

Aquest informe de gestió recull la Memòria d'Activitat de l'Agència Valenciana del Turisme corresponent a l'exercici 2016.

València, a 31 de març de 2017

Raquel Huete Nieves
Directora de l'Agència Valenciana del Turisme