



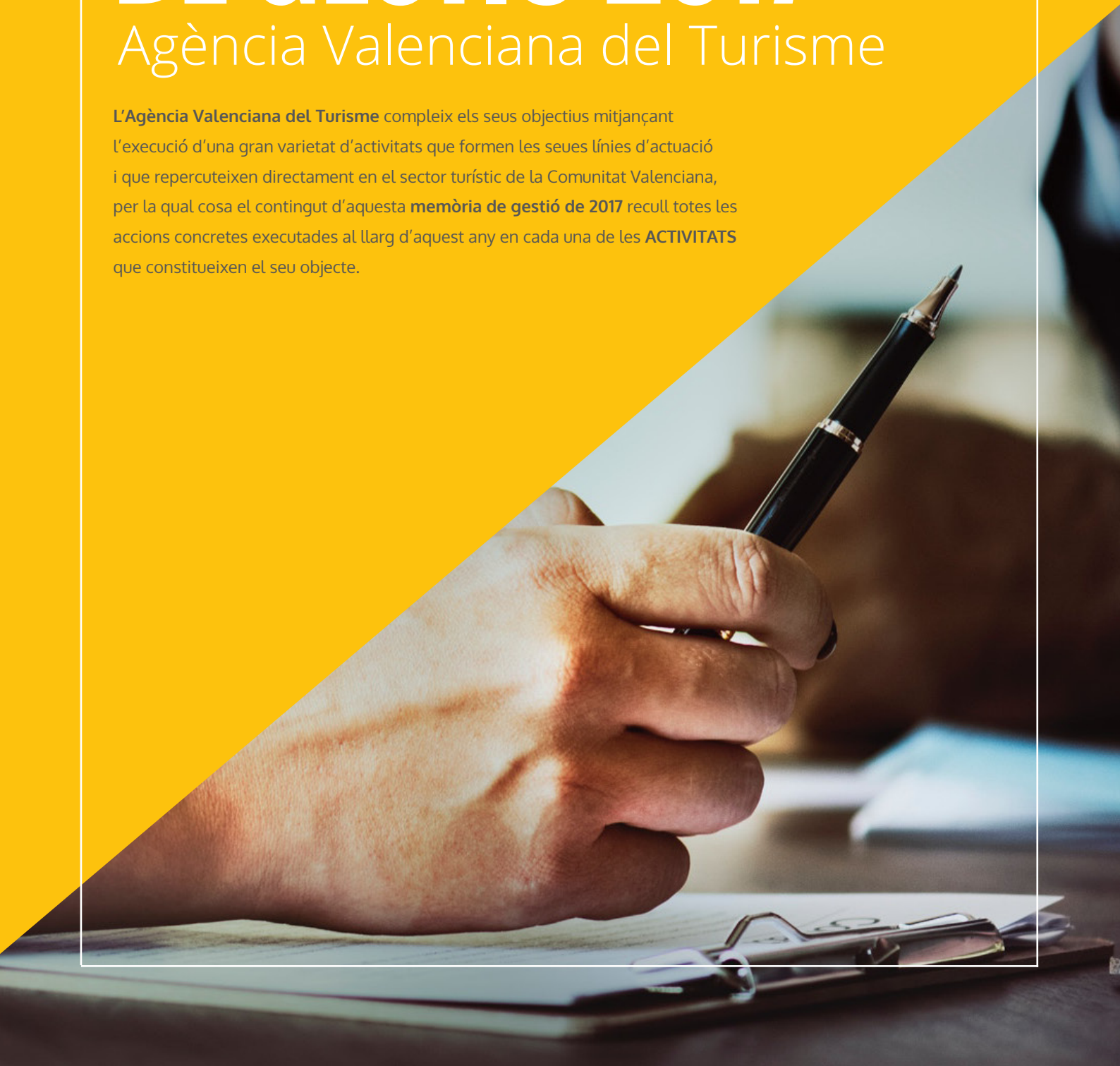
GENERALITAT
VALENCIANA



L'INFORME DE GESTIÓ 2017

Agència Valenciana del Turisme

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 2017** recull totes les accions concretes executades al llarg d'aquest any en cada una de les **ACTIVITATS** que constitueixen el seu objecte.



1

ACTIVITATS EN MATÈRIA D'ORDENACIÓ I TRAMITACIÓ TURÍSTICA

- 1.1. Normativa **PAG. 5**
- 1.2. Registre d'empreses **PAG. 6**
- 1.3. Gestió de procediments especials **PAG. 7**
 - 1.3.1. Actualització Registro Empresas Turísticas de
Servéis Complementaris **PAG. 7**
 - 1.3.2. Accessibilitat **PAG. 8**
 - 1.3.3. Declaracions d'interés comunitari (DIC) **PAG. 9**
- 1.4. Tramitació de recursos **PAG. 9**
- 1.5. Noves tecnologies aplicades a la tramitació turística **PAG. 10**
- 1.6. Professions turístiques. Guies de turisme **PAG. 12**
- 1.7. Assistència a associacions professionals i empreses
relacionades **PAG. 13**

3

ACTIVITATS EN MATÈRIA DE COMPETITIVITAT TURÍSTICA

- 3.1. Accions de finançament de l'excel·lència **PAG. 23**
- 3.2. Desenvolupament sostenible del turisme de la
Comunitat Valenciana **PAG. 32**
- 3.3. Programes d'ajudes **PAG. 36**
- 3.4. Generació i difusió d'informació estadística:
estadístiques de turisme de la
Comunitat Valenciana **PAG. 42**
- 3.5. Centre de documentació **PAG. 47**
- 3.6. Estudis i recerca **PAG. 47**
- 3.7. Accions de suport a les actuacions de
política turística **PAG. 48**
- 3.8. Premis turisme Comunitat Valenciana **PAG. 49**
- 3.9. Accions de relació amb les universitats **PAG. 50**

2

ACTIVITATS EN MATÈRIA D'ASSISTÈNCIA I INSPECCIÓ TURÍSTICA

- 2.1. Prevenció i protecció contra incendis **PAG. 15**
- 2.2. Control de compliment de la normativa turística **PAG. 15**
- 2.3. Declaracions d'interés turístic **PAG. 18**
- 2.4. Declaracions de municipi turístic **PAG. 19**
- 2.5. Plans de governança i competitivitat turística **PAG. 19**

4

ACTIVITATS EN MATÈRIA D'INFRAESTRUCTURES TURÍSTIQUES

- 4.1. Infraestructures de litoral **PAG. 53**
- 4.2. Infraestructures de CdT's i altres actuacions **PAG. 55**
- 4.3. Senyalització turística **PAG. 56**
- 4.4. Actuacions en centres BTT's **PAG. 57**
- 4.5. Assessorament i informació tècnica **PAG. 58**

5

ACTIVITATS EN MATÈRIA DE FORMACIÓ I INNOVACIÓ

- 5.1. Accions de formació turística **PAG. 63**
- 5.2. Accions d'innovació turística – invat-tur **PAG. 66**

6

ACTIVITATS EN MATÈRIA D'ACCELERACIÓ EMPRESARIAL

- 6.1. Accetur: accions d'emprenedoria i
competitivitat **PAG. 71**
- 6.2. Creaturisme: producte gastronòmic **PAG. 75**
- 6.3. Estratègia gastronòmica **PAG. 77**

8

ACTIVITATS EN MATÈRIA DE PRODUCTE I TERRITORI

- 8.1. Programa creaturisme **PAG. 97**
- 8.2. Experiències CV **PAG. 99**
- 8.3. Accions desenvolupades per productes **PAG. 101**

10

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

- 10.1. Cobertura de la xarxa **PAG. 138**
- 10.2. Indicadors de servei: hospitalitat **PAG. 141**
- 10.3. Orientació al client: pla de qualitat **PAG. 145**
- 10.4. Assistència i suport a les destinacions, empreses i
entitats **PAG. 146**
- 10.5. Col·laboració amb els centres formatius i universitats
valencianes **PAG. 147**
- 10.6. Qualificació de l'equip humà:
el pla de formació **PAG. 147**
- 10.7. Sistemes d'informació turística **PAG. 148**
- 10.8. Projectes d'innovació **PAG. 149**

7

ACTIVITATS EN MATÈRIA DE PROMOCIÓ

- 7.1. Fires **PAG. 83**
- 7.2. Workshops, jornades inverses i presentacions **PAG. 86**
- 7.3. Viatges de premsa i familiarització **PAG. 89**
- 7.4. Missions comercials **PAG. 95**
- 7.5. Màrqueting en línia **PAG. 95**
- 7.6. Accions fora de línia **PAG. 95**
- 7.7. Accions públic final **PAG. 95**
- 7.8. Premis i concursos **PAG. 95**
- 7.9. Congressos **PAG. 95**
- 7.10. Màrqueting de col·laboració i relacions públiques **PAG. 95**
- 7.11. Jornades monitor mercats **PAG. 95**

9

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

- 9.1. Campanyes publicitàries **PAG. 113**
- 9.2. Actuacions de publicitat **PAG. 116**
- 9.3. Màrqueting en línia **PAG. 120**
- 9.4. Comunicació fora de línia: publicacions i contingut
gràfic **PAG. 135**

1. ACTIVITATS EN MATÈRIA D'ORDENACIÓ I TRAMITACIÓ TURÍSTICA

1.1. NORMATIVA

Projecte de la Llei, de la Generalitat, de Turisme, Oci i Hospitalitat de la Comunitat Valenciana:

L'objecte del projecte de llei és regular i impulsar:

- La promoció i 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.
- 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.
- El règim sancionador aplicable.

Tot això tenint en compte:

- Nous fenòmens, com l'economia de col·laboració, 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.

Decret 2/2017, de 24 de gener, del president de la Generalitat, pel qual s'estableixen els distintius corresponents a les empreses i als establiments turístics de la Comunitat Valenciana:

Després de la tramitació, durant l'exercici 2016, del projecte de decret, la norma va ser aprovada i publicada en el DOGV el 15 de febrer de 2017. El decret va satisfer les necessitats següents:

A. Dotar de distintiu establiments i empreses que en mancaven: albergs urbans o de ciutat, àrees de pernocta en trànsit per a autocaravanes i de turisme actiu.

B. Modificar els distintius de bona part del sector d'allotjament de la Comunitat Valenciana que tenia nova regulació turística: establiments hotelers, càmpings i cases rurals.

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, modificacions, reclassificacions, desistiments i dispenses:

TIPUS D'EMPRESA TURÍSTICA	ALTES	BAIXES	MODIFICACIONS	RECLASSIFICACIONS	DISPENSES	TOTAL
Establiments hotelers	51	9	204	41	5	310
Càmpings i àrees de pernocta	10	2	12	2	5	31
Blocs i conjunts d'habitatges turístics	5	6	7	-	1	19
Allotjaments turístics rurals	72	46	22	2	5	147
Turisme actiu	64	14	6	-	-	84
Restauració	630	270	788	-	-	1.688
Agències de viatges	152	130	78	9	-	369
Empreses gestores d'habitatges turístics	177	12	18	-	-	207
Habitatges turístics	15.961	4.808	25	-	-	20.794
TOTAL	17.122	5.297	1.160	54	16	23.649

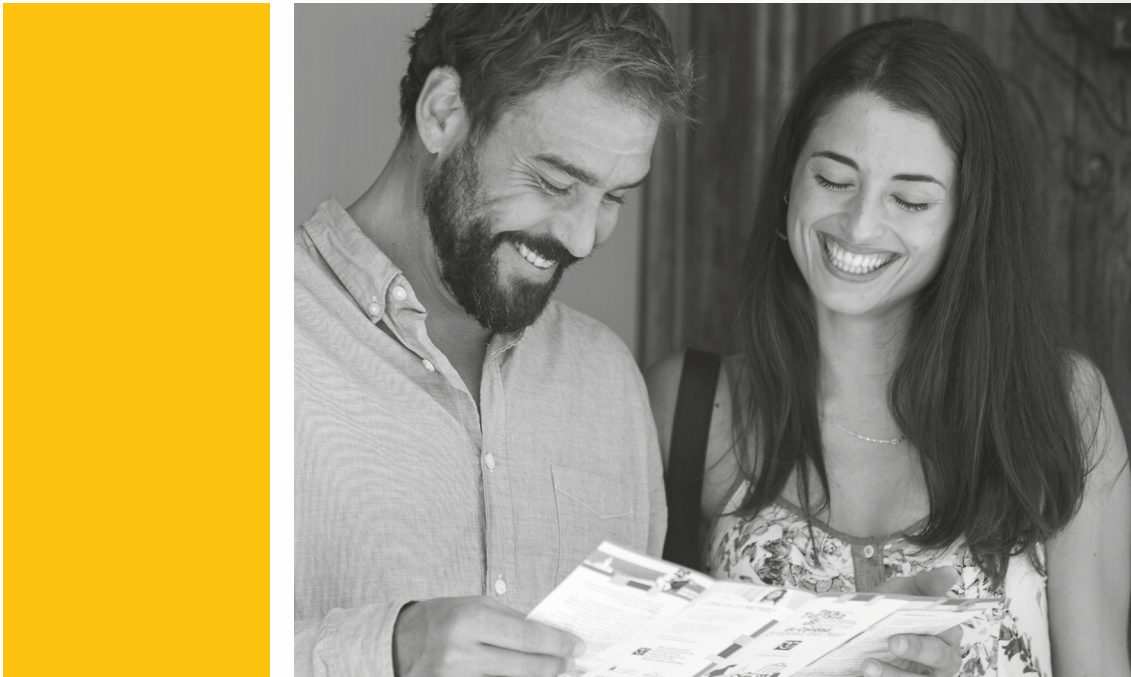
1.3. GESTIÓ DE PROCEDIMENTS ESPECIALS

1.3.1 Actualització Registro Empresas Turísticas de Servicios Complementaris

En aquest tipus d'empresa turística s'han realitzat les actuacions següents durant l'any 2017:

EMPRESES TURÍSTIQUES DE SERVEIS COMPLEMENTARIS

TIPUS DE RESOLUCIÓ	NOMBRE
Inscripcions	27
Denegacions	5
Desistiments	7
Baixes	32



1.3.2 Accessibilitat

Les auditories de comprovació realitzades en els allotjaments turístics durant l'exercici 2017 són les següents:

TIPUS D'EMPRESA TURÍSTICA	Nre.
Establiments hotelers auditats	145
Establiments hotelers adaptats	17
Establiments hotelers practicables (amb necessitat d'acompanyant)	12
Albergs rurals auditats	5
Albergs rurals adaptats	2
Albergs de ciutat auditats	1
Cases rurals auditades	1
Cases rurals adaptades	1
Càmpings auditats	29
Càmpings de turisme adaptats	4
Restaurants auditats	-
Habitatges turístics	-
Blocs i conjunts d'habitatges turístics	-

1.3.3 Declaracions d'interés comunitari (DIC)

Durant l'any 2017, a la Comunitat Valenciana s'han tramitat **67 sol·licituds d'informes** sobre declaració o exempció de declaració d'interés comunitari.

INFORMES DE DIC	Nre.
Declaracions d'interés comunitari	23
Exempcions de declaració d'interés comunitari	44

1.4. TRAMITACIÓ DE RECURSOS

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

RECURSOS	Nre.
Informes a recursos d'alçada	4
Recursos d'alçada	6
Recurs potestatiu de reposició	-
Recurs extraordinari de revisió	-

1.5. NOVES TECNOLOGIES APLICADES A LA TRAMITACIÓ TURÍSTICA

Tramitació telemàtica

En 2017 s'han rebut, via telemàtica, un total de 1.524 sol·licituds de tramitació efectuades pels usuaris que han utilitzat aquest servei de simplificació administrativa, la qual cosa suposa un increment (al voltant d'un 160 %) en el volum de sol·licituds telemàtiques presentades respecte a l'any 2016 (594), i pel que fa a l'any 2015 (143 sol·licituds), han augmentat en més d'un 950 %, 10,66 vegades més. Segons la tipologia que presenten, es distribueixen de la manera següent:

TIPUS DE TRAMITACIÓ TELEMÀTICA	Nre.
Establiments hotelers	27
Agències de viatges	18
Establiments de restauració	342
Empreses gestores d'habitatges turístics	53
Empreses de turisme actiu	18
Establiments d'allotjament rural	21
Activitat d'habitatges turístics	924
Càmpings	6
Empreses turístiques de serveis complementaris	31
Reclamacions a empreses turístiques	17
Activitat de blocs i conjunts d'habitatges turístics.	8
Sol·licituds participació proves habilitació de guia de turisme	59

Gestió d'expedients d'empreses gestores i habitatges d'ús turístic mitjançant la plataforma CUVT-i

La plataforma CUVT-i es una herramienta informática que facilita el procedimiento de comunicación telemática de uso de viviendas turísticas para las empresas gestoras.
Durante 2017, se han contabilizado las siguientes inscripciones en la plataforma:

EMPRESES GESTORES	Nre.	HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC	ALTES	BAIXES
Alacant	126	Alacant	4.517	1.613
Castelló	28	Castelló	1.129	369
València	36	València	1.762	357
TOTAL	190	TOTAL	7.408	2.389

Atenció a l'usuari: contacta_turisme@gva.es

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

CONSULTES REBUDES	Nre.
EMPRESES TURÍSTIQUES	126
PROFESSIONS TURÍSTIQUES GUIES DE TURISME	49
AGÈNCIES DE VIATGES	38
DISTINTIUS	8
HABITATGES TURÍSTICS	295
TOTAL PETICIONS I CONSULTES	516

1.6. PROFESSIONS TURÍSTIQUES. GUIES DE TURISME

Renovacions d'acreditacions i convocatòria de les proves d'habilitació de guia de turisme de la Comunitat Valenciana, i proves d'ampliació d'idiomes per als guies ja habilitats per la Comunitat Valenciana:

D'acord amb el que s'estableix en 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 que continga. Durant 2017 s'han realitzat **43 renovacions**.

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

1.7. ASSISTÈNCIA A ASSOCIACIONS PROFESSIONALS I EMPRESES RELACIONADES

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

Durant 2017, s'ha seguit mantenint reunions amb el sector valencià d'agències de viatges per tal de trobar una formula que, sense perjudicar els interessos d'aquest sector, permetia donar compliment a 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, formula que porte també a 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.

Guías de Turismo:

Durant 2017, també s'ha seguit mantenint 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 preocupació compartida per l'intrusisme en l'activitat i el desig d'aquesta associació de col·laborar amb l'administració turística en la convocatòria de proves d'habilitació de guies de turisme de la Comunitat Valenciana. La presidenta de l'Associació de Guies Oficials de la Comunitat Valenciana forma part del tribunal de les proves la convocatòria de les quals va ser publicada en el DOGV del 24 de maig de 2017.



2. ACTIVITATS EN MATÈRIA D'ASSISTÈNCIA I INSPECCIÓ TURÍSTICA



2.1. PREVENCIÓ I PROTECCIÓ CONTRA INCENDIS

Les actuacions de prevenció i protecció contra incendis s'han dirigit als establiments d'allotjament turístic, i amb aquesta finalitat s'han dut a terme, durant 2017, 17 visites en tota la Comunitat Valenciana, segons el detall següent:

TIPUS INSPECCIÓ	Alacant	Castelló	València	Total
INSPECCIONIS INCENDIS FAVORABLES	0	3	0	3
INSPECCIONIS INCENDIS NO FAVORABLES	1	4	0	5
ACTUACIONS SOL·LICITADES PELS SSTT	5	4	0	9
TOTAL	6	11	0	17



2.2. CONTROL DE COMPLIMENT NORMATIVA TURÍSTICA

Gestió de reclamacions i inspecció

Amb l'objectiu d'elevat la qualitat de l'oferta existent i assegurar l'esmena de les possibles deficiències o irregularitats que pogueren sorgir, així com garantir l'adequat compliment de les obligacions en relació amb els usuaris i detectar les activitats que es desenvolupen en la clandestinitat, durant l'exercici 2017 s'han realitzat les accions següents:

- A. Gestió de reclamacions: S'han rebut i tramitat 1.248 reclamacions d'usuaris turístics amb el desglossament següent: a Alacant 599 (Benidorm inclòs) a València 382 i a Castelló 267.
- B. Inspeccions: Respecte a l'activitat inspectora, s'han realitzat 2.226 actuacions, que es reparteixen com s'indica a continuació: a Alacant 731 (Benidorm inclòs), a Castelló 648 i a València 847.

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, dels quals cal destacar 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.

Campanya d’estiu 2017

La campanya d’estiu dirigida a la lluita contra l’intrusisme en habitatges turístics s’ha realitzat amb total normalitat, i destaca la bona col·laboració amb la policia autonòmica. Cal posar en relleu no solament la independència de l’actuació de la policia autonòmica pel que fa a l’actuació de l’any anterior –la qual estava unida a la inspecció turística–, que va mantindre una estreta coordinació amb la inspecció turística adscrita als serveis territorials de turisme, sinó també la novetat de la col·laboració amb municipis costaners de la Comunitat Valenciana mitjançant protocols de col·laboració, faceta en què, en la Campanya estival, va participar la policia local adscrita a l’Ajuntament de Gandia.

Aquesta companya va comprendre els mesos de juliol, **agost i setembre del 2017**, i se’n desprén el treball conjunt de la **policia autonòmica**, dels **inspectors de turisme i de la Policia Local de Gandia**, treball que, quant a visites, actes i informes, assoleix els resultats següents:

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

Les actuacions de la Policia Local de Gandia, en la campanya estival, van ser 28.
Cal destacar l’esforç realitzat al llarg de les campanyes estivals, que han portat a obtindre els següents resultats globals anuals de les altes en habitatges turístics en el període 2014-2017:

	2014	2015	2016	2017	TOTAL
PROVÍNCIA ALACANT	2.303	3.578	7.010	10.300	23.191
PROVÍNCIA CASTELLÓ	803	1.852	2.658	2.403	7.716
PROVÍNCIA VALÈNCIA	747	955	3.180	3.486	8.368
TOTAL	3.853	6.385	12.848	16.189	39.275

Tramitació d’expedients sancionadors i recursos

El nombre d’expedients sancionadors que s’han gestionat a la Comunitat Valenciana i de recursos d’alçada són els següents:

EXPEDIENTS SANCIONADORS	2017
Alacant	54
Castelló	26
València	75
TOTAL	155

RECURSOS D’ALÇADA	2017
Alacant	10
Castelló	2
València	1
TOTAL	13

S’ha resolt el **Recurs Contenciós Administratiu** interposat per la plataforma **Homeaway Spain, S.L.** en relació amb l’expedient sancionador que li imposava una multa per infracció de l’article 52.5 de la Llei 3/98, de 21 de maig, de turisme. **Sentència** núm. 297/2017, de 23 de novembre de 2017, del Jutjat del Contenciós Administratiu número 2, de València, la decisió del qual indica el **desistiment** de totes les pretensions del recurrent.

2.3. DECLARACIONS D'INTERÉS TURÍSTIC

Seguint el Decret 119/2006, de 28 de juliol, del Consell, en 2017 s'han realitzat 14 declaracions de festes d'interés turístic, de les quals, 1 és Festa d'Interés Turístic Autonòmic, 5 són festes d'Interés Turístic Provincial, 7 són festes d'Interés Turístic Local, i 1 és Itinerari d'Interés Turístic Local.

Festes d'Interés Turístic AUTONÒMIC:

- ▶ Festes de la Vinguda de la Verge d'Elx, d'Elx (Alacant).

Festes d'Interés Turístic PROVINCIAL:

- ▶ RaLLi Humorístic de Carcaixent (València).
- ▶ Fira de la Cirera de Caudiel (Castelló).
- ▶ La Dansà de La Font de la Figuera (València).
- ▶ Nit de les Fogueretes d'Agullent (València).
- ▶ Festa de l'Angelet de la Corda d'Alfarrasí (València).

Festes d'Interés Turístic LOCAL:

- ▶ Festes Patronals de la Mare de Déu D'Agres, d'Agres (Alacant).
- ▶ Festa del Sant Angel Tutelar de la Vila d'Aiora, d'Aiora (València).
- ▶ Setmana Santa d'Aiora (València).
- ▶ Festivitat de Sant Antoni de Cincorres (Castelló).
- ▶ Danses de Sant Jaume, de Callosa d'en Sarrià (Alacant).
- ▶ Festivitat de Carnestoltes de Bèlgida (València).
- ▶ Festivitat de Sant Bult, de València (València).

Itineraris d'Interés Turístic LOCAL:

- ▶ Ruta del Hilo Rojo, d'Aiora (València).



2.4. DECLARACIONS DE MUNICIPI TURÍSTIC

Durant 2017, el nombre total de municipis que van ser declarats municipi turístic ascendeix a 10, segons el desglossament següent:

- ▶ 7 per Decret 12/2017 de 3 de febrer, del Consell: Torres, Llutxent, Bolbaite, Quart de Poblet, Rossell, Fontanars dels Alforins i Sant Joan de Moró.
- ▶ I 3 per Decret 166/2017 de 3 de novembre, del Consell: Catarroja, Sax i Torrechiva.

2.5. PLANS DE GOVERNANÇA I COMPETITIVITAT TURÍSTICA

La Generalitat, a través de l'Agència Valenciana del Turisme, va llançar l'any 2016 la iniciativa dels Plans de governança i competitivitat turística de la Comunitat Valenciana, oberts a diferents fórmules de col·laboració pública i privada amb les diputacions provincials, ens locals i a 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 al territori valencià, de manera que contribuïsquen al reequilibri entre els espais litorals més dinàmics i els d'interior que siguen susceptibles d'un major desenvolupament turístic.

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



Es detallen a continuació algunes de les **ACTUACIONS MÉS RELLEVANTS** que s'han executat en el marc dels convenis signats:

Província d'Alacant:

► Mancomunitat Intermunicipal VALL DE POP

La principal actuació que s'ha dut a terme ha sigut la construcció de la nova oficina de turisme, pertanyent a la Xarxa Tourist Info, en el municipi de Xaló.

► Mancomunitat de L'ALCOIA I EL COMTAT

Les accions dutes a terme s'han centrat en tres eixos: dinamització, divulgació i actuació en l'entorn urbà i de la natura. Dins del primer cal destacar l'elaboració d'una guia d'establiments i serveis, d'una ruta cicloturística o l'assistència a la fira Intur Valladolid.

Província de Castelló:

► Mancomunidad Intermunicipal ALTO PALANCIA

S'ha implementat un pla d'interpretació i senyalització turística; s'ha creat un club de producte turístic vinculat a l'ús de la marca Alto Palancia; s'han posat en valor els principals esdeveniments culturals i agroalimentaris de la mancomunitat.

► Mancomunitat Espadà Millars

Creació d'una cartografia en base digital que recull els recursos turístics de la mancomunitat. Rutes temàtiques: s'ha treballat en els entorns i accessos a aquestes rutes. També s'ha treballat en l'elaboració de continguts gràfics per a la creació d'àudio guies, millora del lloc web de la mancomunitat i s'ha encarregat la comunicació de totes les activitats.

► Mancomunitat COMARCAL ELS PORTS

S'ha treballat en l'homologació del sender GR 331 i s'ha aconseguit, s'ha senyalitzat i desbrossat, s'ha dotat de mobiliari urbà i panells informatius. S'han dut a terme accions de promoció i comercialització del producte turístic mitjançant l'assistència a fires. S'ha desenvolupat un pla de màrqueting turístic i s'ha millorat la plataforma de reserves llançada en el 2016. S'han dissenyat i produït materials per a la promoció i comercialització de la marca Els Ports.

► Associació Intermunicipal CATÍ, CULLA, BENASSAL I ARES DEL MAESTRAT

Creació d'un web per a donar a conèixer la marca Alt Maestrat. S'han realitzat actes promocionals per a la difusió de la marca, aquest any s'ha organitzat i celebrat la II Edició BTT Alt Maestrat. S'ha continuat amb el condicionament de nuclis i entorns urbans per a revaloració turística. S'ha actuat en els entorns per crear i promocionar determinades rutes paisatgístiques. I s'ha continuat amb el condicionament i la rehabilitació d'edificis i instal·lacions d'interés turístic (Hotel d'Ares, Casa del Delme, Parc Miner, etc.).

Província de València:

► Mancomunidad ALTO TURIA

Aquest any les actuacions han continuat amb l'adequació, millora i difusió de la xarxa de senders i rutes de l'Alt Túria (compra de material, creació Parc dels Sentits de Benagéber, Ruta Fluvial-Cultural Tuéjar, Ruta Natural de Titaguas).

► Consorci LA RIBERA

En aquest exercici s'han executat al 100 % les actuacions referents a equipament turístic: senyalització dels ponts de ferro emblemàtics de la Ribera; la recuperació i adequació del patrimoni (Via Verda Alzira-Carcaixent, Molí Monsalvà; Espai Algemesí).

► Mancomunitat de Municipis de LA VALL D'ALBAIDA

Aquest any s'ha dut a terme la comunicació i promoció de la marca institucional i turística desenvolupada l'any anterior, per mitjà de material amb la marca, reedició de publicacions, marxandatge, etc. S'ha creat un punt d'informació comarcal per a donar visibilitat a les activitats de la mancomunitat.

► SAGUNT-CAMP DE MORVEDRE

En aquesta primera anualitat s'han realitzat sobretot accions d'estudis i projectes que són necessaris per a una correcta planificació dels productes turístics previstos en els exercicis següents.

► Mancomunitat de MUNICIPIS DE LA SAFOR

S'han realitzat estudis per a preparar nous productes turístics que uneixen tota la comarca i vinculen diferents elements: entorn agrari, aigua, paisatge, cultura i història. S'han dut a terme actuacions de senyalització, informació i interpretació: Cova del Bolomor i les entrades als municipis. S'ha creat un portal turístic: Safor Turisme.



3. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE COMPETITIVITAT TURÍSTICA

3.1. ACCIONS DE FIANÇAMENT DE L'EXCEL·LÈNCIA

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



Compromiso
de Calidad Turística
Compromís
de Qualitat Turística

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

Les actuacions realitzades al llarg del 2017 han anat dirigides a:

- 1. Donar assistència tècnica als serveis turístics participants en cada una de les destinacions adherides,** mitjançant la signatura del Conveni de col·laboració amb el Consell Cambres de Comerç, Indústria, Serveis i Navegació de la Comunitat Valenciana, pel qual aquest i les cinc entitats camerals presten l'assistència tècnica necessària perquè els serveis turístics puguin obtenir el distintiu Compromís Qualitat Turística.
- 2. Qualificació de nous gestors SICTED:** València ciutat va ser triada, per la Secretaria d'Estat de Turisme, seu per a impartir el curs "Claus per a la gestió del model", de 32 hores lectives distribuïdes en 4 dies i pel qual els assistents obtenen la qualificació requerida per a exercir de gestor, formador, assessor i/o avaluador del SICTED. A la jornada hi va haver 21 assistents, que hi van donar una valoració mitjana 4,4 sobre 5.

L'Agència Valenciana del Turisme, atenent a l'interés suscitat pels diferents agents, va contractar dues jornades més, les quals es van impartir en Invat-tur (Benidorm) i en el CdT de Castelló



Jornada formativa "Claus per a la gestió del model", octubre 2017. CdT Castelló.

3. Suport a noves incorporacions de destinacions: L'Agència Valenciana del Turisme va donar suport en 2017 a l'adhesió de noves destinacions al projecte. En aquest sentit, s'han mantingut reunions bilaterals amb aquelles destinacions interessades de la Comunitat Valenciana per donar-les a conèixer els passos que cal seguir i assessorar-les en l'adhesió i l'inici de la implantació. Alcalá de Xivert es va adherir al sistema en l'últim trimestre de l'any i es preveu que Vinaròs, Altea, Biar i Oliva inicien la seua marxa en 2018.

4. Vocalies en taules de qualitat: Un dels pilars d'aquesta metodologia en la destinació turística és la taula de qualitat, amb representació de l'entitat local i les associacions més representatives d'empresaris turístics. L'Agència Valenciana del Turisme, a través del servei amb competències en qualitat turística, té vocalia en cada una de les taules de les 24 destinacions SICTED CV existents fins ara, i assisteix a les 24 reunions que se celebren al llarg de l'any. Entre les seues funcions destaca la de vetllar per la bona implantació del projecte, garantint el compliment de les exigències de la metodologia.

5. Actes de lliurament de distintius: Amb caràcter anual, se celebra en cada una de les destinacions SICTED un acte de reconeixement pel qual es lliura el distintiu Qualitat Turística a cada un dels serveis que compleixen amb els compromisos definits.



Acte de lliurament de distintius de València, presidit pel secretari autonòmic de l'Agència Valenciana del Turisme. Ciutat de les Arts i les Ciències.

6. Comité Interdestinacions CV: Amb l'objectiu de crear una xarxa de gestors i generar sinergies entre les 24 destinacions, des de l'any 2016 i amb caràcter anual l'Agència Valenciana del Turisme convoca una trobada amb els dinamitzadors del projecte per a fer-ne un balanç i consensuar noves iniciatives. El 26 d'abril de 2017 es va celebrar el II Comité Interdestinacions CV, inaugurat per la directora general de Turisme i amb presència d'un representant de la Secretaria d'Estat de Turisme.

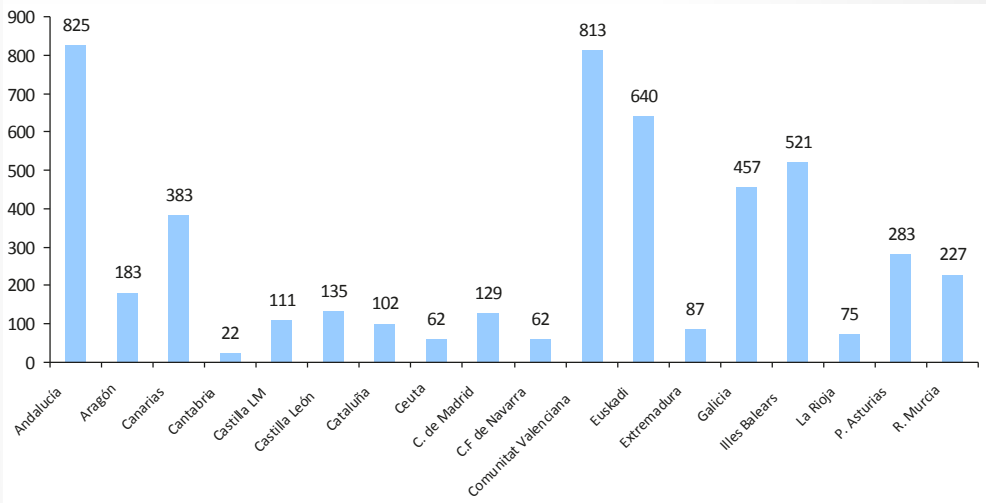
7. Revisió metodològica: A mitjan 2017 la Secretaria d'Estat de Turisme va constituir el Comité de Revisió Metodologia (CRM), integrat per la Secretaria, la Federació de Municipis i Províncies, les comunitats autònomes amb conveni de col·laboració i algunes destinacions sense representant de comunitat. El CRM té com a principal funció la presa de decisions estratègiques en la revisió metodològica del SICTED, i està per sobre del Comité Interdestinacions en la presa de decisions relatives a la metodologia. La Comunitat Valenciana va participar proposant modificacions i millores i assistint a les dues reunions que es van realitzar al llarg de l'any.

8. Premis SICTED: En 2017, diverses destinacions van presentar la seua candidatura per als premis que atorga la Secretaria d'Estat de Turisme. El gestor de la destinació Utiel va quedar finalista al premi Millor Destinació, i Peníscola Familiar va guanyar en la categoria de Millor Projecte de Millora de Destinació en 2017 en la VIII Edició dels Premis SICTED, que es va celebrar el 19 de gener de 2018 en el marc de FITUR.

Posicionament del projecte

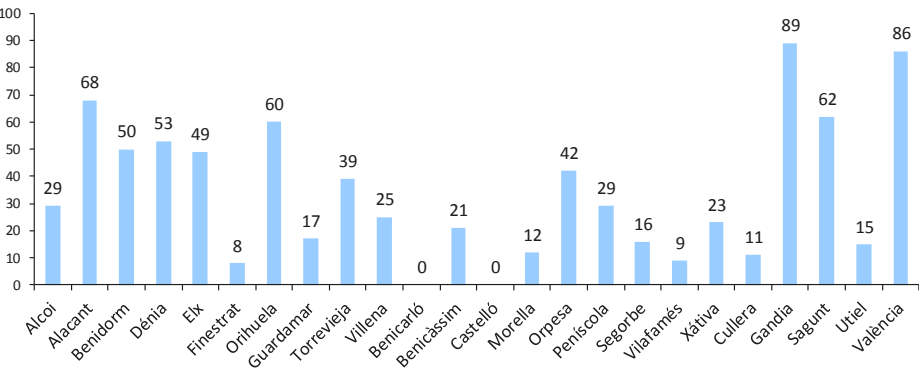
Atenent les xifres, la Comunitat Valenciana va tancar l'exercici 2017 amb 24 destinacions SICTED i 813 distingides, cosa que la va posicionar a nivell nacional com el 2a destinació espanyola en nombre de distingides, després d'Andalusia; això representa el 15,8 % del total nacional i suposa un creixement del 3,5 % respecte a l'any anterior.

Atenent a les destinacions adherides al projecte, el nombre s'ha mantingut en 24 (que representa el 12,6 % respecte al nombre de destinacions que participen a nivell nacional), amb l'excepció de l'adhesió d'Alcalá de Xivert en l'últim trimestre de l'any, encara que no inicia la seua marxa fins al 2018. Així doncs, se segueix mantenint la província d'Alacant com la primera en nombre de destinacions SICTED (10), seguida de Castelló (8) i València (6).



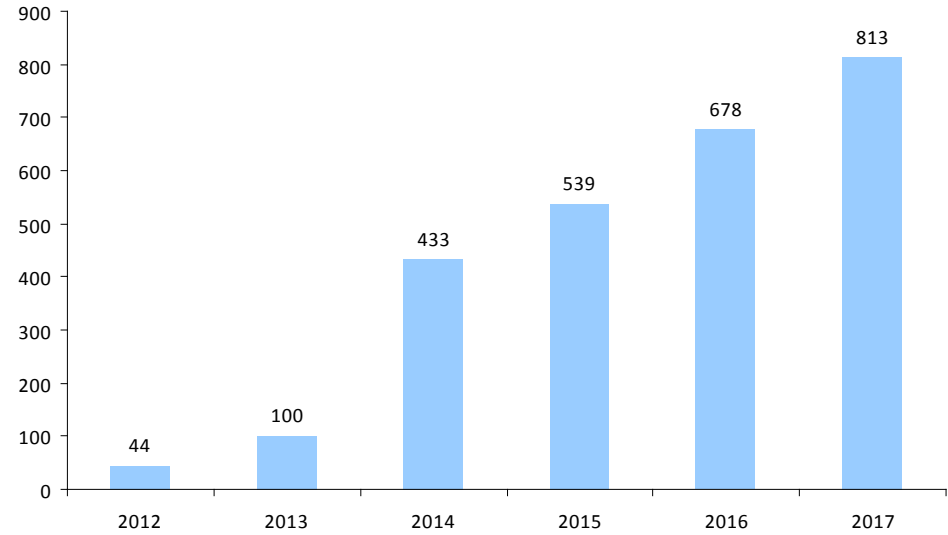
Gràfic:
Distribució del nombre de distingits per comunitats autònomes

Gandia és la primera destinació en nombre de distingits a la Comunitat Valenciana, amb 89, la qual cosa representa el 10,9 % del total autonòmic; seguida de València ciutat (86); Alacant ciutat (68), i Sagunt (62).



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

Concloent, el projecte del SICTED a la Comunitat Valenciana continua creixent tant en nombre de serveis turístics, adherits i distingits, com en nombre de destinacions participants.



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

Programa consolidació i promoció de QUALITUR CLUB



Qualitur és el distintiu de l'Agència Valenciana del Turisme que s'atorga als serveis turístics de la Comunitat Valenciana per l'esforç que realitzen en pro de l'excel·lència.

Al col·lectiu d'empreses i entitats turístiques de la Comunitat Valenciana que disposen d'algun certificat en vigor en gestió de qualitat, gestió ambiental i/o accessibilitat, reconegut per l'Agència Valenciana del Turisme, se'l coneix per **Qualitur Club**.

L'Agència Valenciana del Turisme, actualment, reconeix els models següents:

- ▶ En gestió de la qualitat: Norma internacional ISO 9001 i normes associades a la marca Q Calidad Turística de l'ICTE.
- ▶ En gestió ambiental: Norma Internacional ISO 14001, Reglament europeu EMAS, marca Ecolabel i la marca Parcs Naturals, de caràcter autonòmic.
- ▶ En accessibilitat: Norma nacional UNE 170001: 1/2 (criteris DALCO i sistema de gestió de l'accessibilitat).



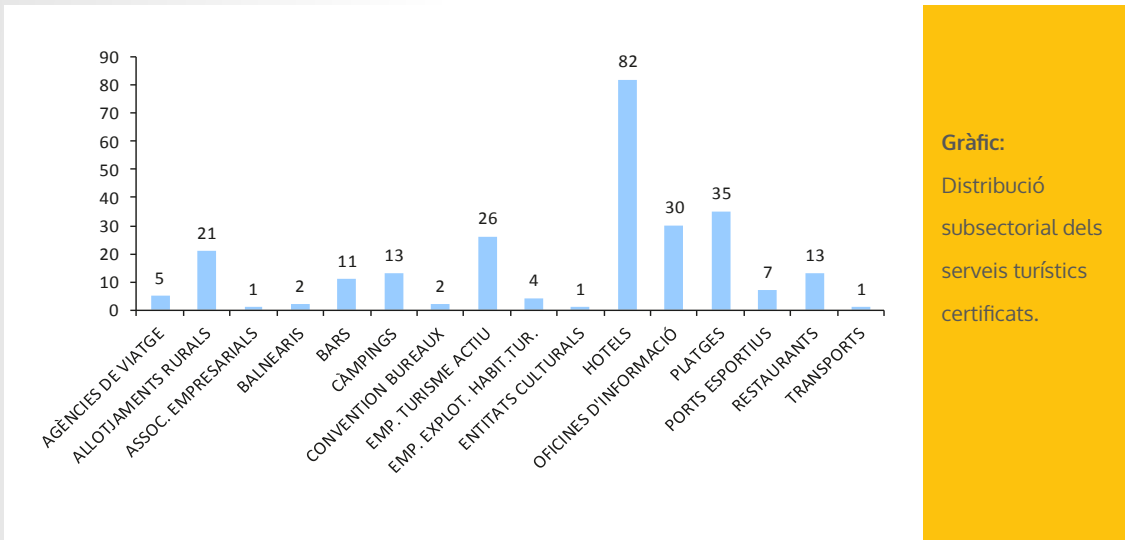
Taula resum dels models de certificació reconeguts:



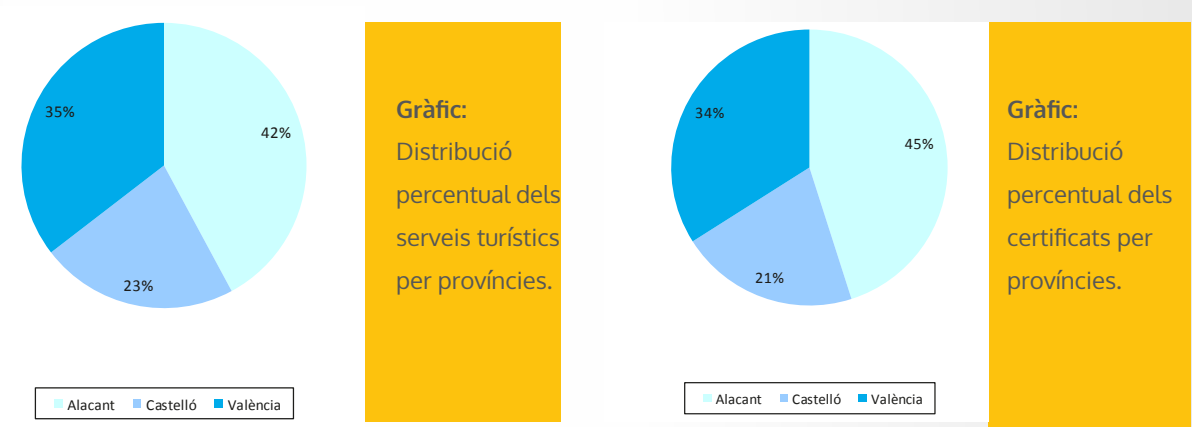
MODEL	Q Calidad Turística	ISO 9001	ISO 14001	EMAS	ECOLABEL	PARCS NATURALS	UNE 170001/2
MATÈRIA	Gestió de la qualitat		Gestió ambiental			Accessibilitat	
ÀMBIT	Nacional	Internacional	Europeu	Autonòmic	Nacional		
ABAST	Sectorial	Intersectorial			Allotjament	Sectorial	Intersectorial

En 2017, Qualitur Club estava integrat per 254 serveis turístics que aglutinaven un total de 403 certificats. El 65 % dels certificats són específics en gestió de la qualitat, és a dir, basats en la norma ISO 9001 o en la Q Calidad Turística, seguit amb un 32 % per models en gestió ambiental (d'acord amb la ISO 14001, Reglament europeu EMAS, Ecolabel i/o la marca autonòmica Parcs Naturals) i amb un 3 % per certificats en accessibilitat.

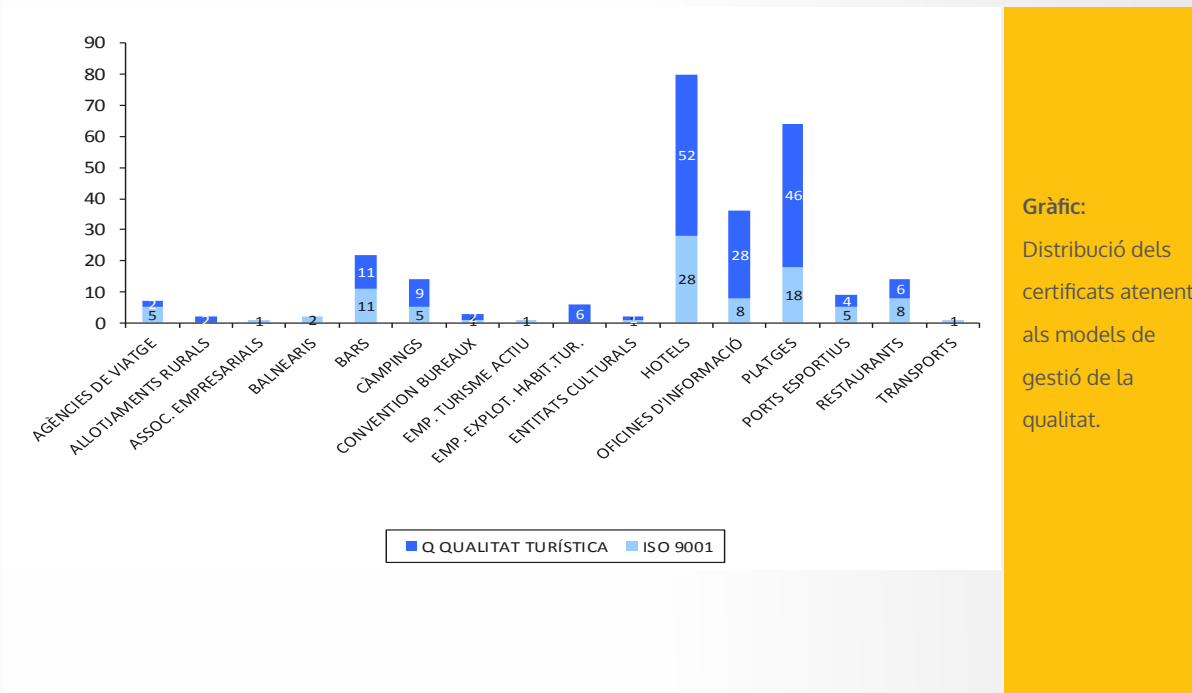
Per subsectors turístics, són els hotels i apartaments turístics els que aposten per models d'excel·lència, i representen el 32,28 % dels serveis certificats, seguits de les platges (13,7 %) i oficines d'informació turística (11,81 %).

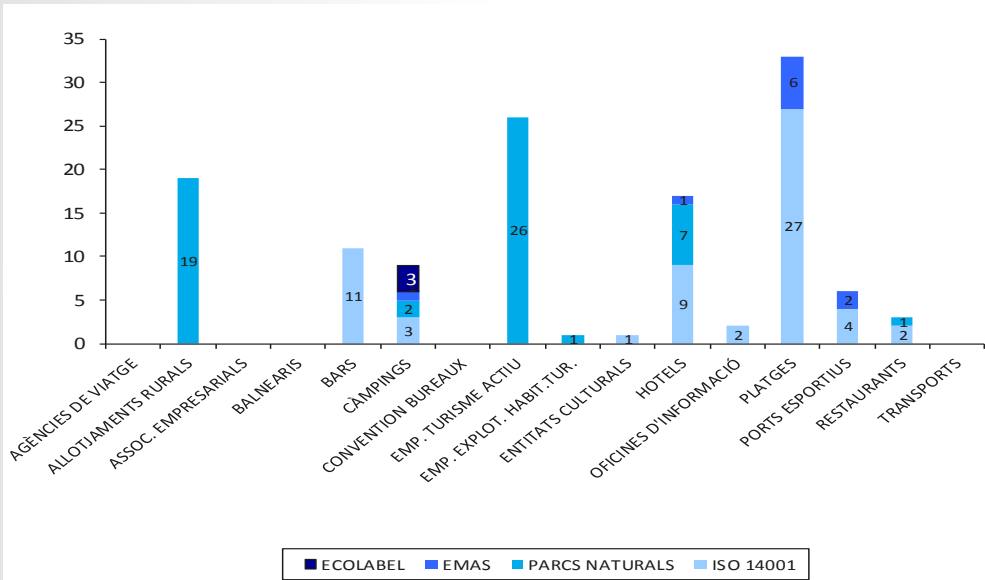


Atenent a la distribució territorial, Alacant és la província on més serveis turístics hi ha certificats (cosa que representa el 42 %), percentatge que augmenta si atenem el nombre de certificats en vigor (45 %). La segueix la província de València i, a més distància, la província de Castelló.



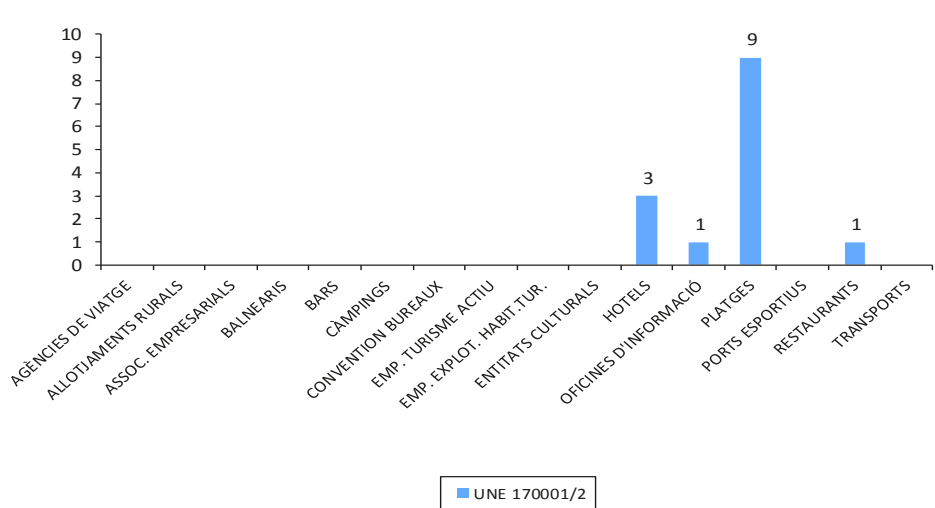
Tenint en compte els models basats en gestió de la qualitat, excepte subsectors molt específics, tots coincideixen a fer prevaler la Q Calidad Turística enfront de la ISO 9001, aspecte en què destaquen els hotels i apartaments turístics, i les platges.





Gràfic:
Distribució
dels certificats
atenent
als models
de gestió
ambiental.

Els models basats en gestió ambiental reconeguts per l'Agència Valenciana del Turisme són quatre, i el més estès és el basat en la norma ISO 14001 en subsectors com ara platges, bars i hotels, especialment en destinacions de costa. La marca Parcs Naturals, d'aplicació a l'entorn de parcs naturals de la Comunitat Valenciana, és la més demandada en subsectors més relacionats amb l'interior del territori i concretament en allotjaments rurals i empreses de turisme actiu. Finalment, la norma UNE 170001/2 és l'única reconeguda en matèria d'accessibilitat; per la seua joventut, és la menys estesa. El subsector amb major nombre de certificacions són les platges.



Gràfic:
Distribució
dels certificats
atenent a la
norma UNE
170001/2.

El 19 de juny de 2017 es va realitzar l'acte de lliurament i hissada de la bandera Qualitur, que s'atorga a les platges de la Comunitat que ostenten aquest reconeixement per disposar d'algun certificat del programa. A aquest acte, es van convocar 36 entitats locals, en representació de 174 platges certificades.



Acte de lliurament de
banderes Qualitur, Cullera.
Juny 2017

L'Agència Valenciana del Turisme també va estar present en el X Lliurament Oficial de Banderes Q a Platges i Instal·lacions Nàuticoesportives certificades, que es va celebrar el 26 de juny en el Ministeri d'Energia, Turisme i Agenda Digital. Aquest acte va estar presidit per la secretària d'Estat de Turisme, i el president de l'ICTE.

3.2. DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE DEL TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

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

En la fase de planificació d'activitats vinculades a la celebració del 2017 Any Internacional del Turisme Sostenible per al Desenvolupament, l'Agència Valenciana del Turisme va proposar a l'OMT un pla de treball i va tramitar la col·laboració amb aquesta organització per a alinear estratègies sobre aquest esdeveniment de repercussió mundial.

Les línies de treball han sigut: Campanyes i sensibilització, creació i difusió de coneixements, formulació de polítiques i capacitat institucional i educacional. A continuació, es detallen les actuacions més destacables dutes a terme en 2017:

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



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

El 28 de març es va celebrar la sessió d'aprovació del programa de treball 2017, amb un total de 75 noves actuacions interconselleries, que es van coordinar des de l'Agència Valenciana del Turisme, de les quals 50 estaven dirigides al turisme sostenible i responsable, i 25, a promoure el turisme inclusiu i integral.



Comissió Interdepartamental de Turisme.

2. Orgnització del congrés internacional "Hotels Paisatge i Desenvolupament Sostenible":

El Congrés es va celebrar el 27 d'octubre en VIVOOD Landscape Hotel, el primer hotel paisatge d'Espanya, situat en la localitat alacantina de Benimantell, i va reunir arquitectes, hotelers i dissenyadors amb la finalitat de difondre entre els agents turístics les peculiaritats d'un nou model d'allotjament que aposta per la sostenibilitat i el desenvolupament local.

3. Jornades provincials de sostenibilitat:

Al llarg del 2017 l'Agència va col·laborar en l'organització de quatre jornades dirigides a promoure bones pràctiques en aquest àmbit, jornades que van tindre lloc a Buñol (26 d'abril), Sueca (21 de setembre), Xàbia (26 i 27 d'octubre) i Benicarló (13 de desembre).

4. Campanya "Com ser un viatger sostenible":

Adaptació de la campanya mundial de sensibilització sobre com ser un viatger responsable.



En aquest sentit, cap també remarcar la difusió del logotip de l'Any Internacional del Turisme Sostenible 2017 en tot el material de comunicació relatiu a activitats pròpies que es van realitzar.

5. Estudi sobre el canvi climàtic sobre el sector turístic valencià:

L'Agència, a través del conveni de col·laboració subscrit amb la Universitat d'Alacant, va publicar aquesta anàlisi l'11 de desembre de 2017. L'objectiu era identificar els efectes dels gasos hivernacle sobre el territori, l'oferta turística i els turistes, visitants i residents a partir dels quals poder definir mesures d'adaptació al canvi climàtic.

6. Mesurament d'indicadors sostenibles europeus ETIS en destinacions de la CV:

En 2017 es va continuar amb el projecte europeu pel qual es mesurava una sèrie d'indicadors definits per la Comissió Europea en sis destinacions de la Comunitat Valenciana a partir de la versió new toolkit.

Per a això, es va treballar en col·laboració amb Morella, Peníscola, Cullera, Utiel, Alcoi i Benidorm, destinacions que van participar en el pilotatge de metodologia definida en 2013. Els resultats i conclusions obtinguts es presentaran al congrés internacional "Sustainability, Competitiveness and Quality of Life in Tourism Destinations", que se celebrarà a Càller (Sardenya) en el 2018.

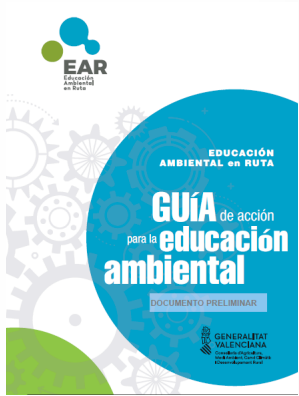
7. Programa Hospitalitat Turisme CV:

Al llarg del 2017 es va adjudicar el Programa Hospitalitat Turisme CV per a 2017-2018 amb l'objectiu de desenvolupar actuacions de sensibilització dirigides a turistes i prestataris de serveis, que fomenten com ser bons amfitrions, i que milloren la imatge de la Comunitat Valenciana com a destinació turística inclusiva. El programa d'Hospitalitat Mediterrània preveu 270 accions que situen les persones al centre de la proposta turística

8. Mòduls específics sobre turisme sostenible:

Als programes de formació 2017 que s'han desenvolupat a la Xarxa de CdT, s'hi ha incorporat un mòdul específic que recull bones pràctiques en turisme sostenible amb l'objectiu de conscienciar els potencials prestadors de serveis.

9. Incorporació del vessant turístic a la guia d'educació ambiental CV:



Portada de la Guia d'acció per a l'educació ambiental.

En 2017, l'Agència va col·laborar en les taules de treball creades per la Secretaria Autònoma de medi ambient i canvi climàtic per a establir les accions educatives necessàries en el camí cap a la sostenibilitat, en les quals es va incorporar el vessant turístic. El document Guia d'acció per a l'educació ambiental ha sigut aprovat a inicis de 2018.



3.3. PROGRAMES D'AJUDES

Ajudes dirigides a **entitats locals** de la Comunitat Valenciana

PROGRAMA 1:

inversió en adequació i millora dels serveis i recursos turístics

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

1. Inversió en equipament i adequació d'espais d'ús turístic del litoral o de l'interior.
2. Creació de productes turístics, entenent-se per 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 d'elements interpretatius.
4. Senyalització indicativa i/o direccional dels recursos turístics del municipi.
5. Millora de l'accessibilitat als recursos turístics mitjançant l'eliminació de barreres.
6. Actuacions que comporten una millora en el nucli urbà, així com la recuperació d'espais públics de les poblacions i el seu entorn.
7. Habilitació o adequació d'espais dissuasius d'estacionament.
8. Compra de maquinària per a la neteja de les platges.

PROGRAMA 2:

Competitivitat de les destinacions turístiques

El programa té per objecte el suport a les actuacions que milloren la competitivitat de les destinacions, entre les quals es destaquen aquelles que contribuïsquen a la qualitat i sostenibilitat dels seus recursos turístics, la prestació de serveis turístics, així com l'organització i difusió d'esdeveniments i festes d'interés turístic com a vehicle de promoció de les destinacions turístiques de la Comunitat Valenciana, i s'ha centrat a donar suport als projectes de despesa corrent per mitjà dels tres subprogrames següents:

Subprograma 2.1.

Implantació i certificació de sistemes de qualitat en recursos i serveis turístics.

Les actuacions incloses en l'ajuda són les relatives a despeses que corresponguen a l'obtenció per primera vegada d'un certificat o, si s'escau, a la renovació d'aquest a les platges del litoral i oficines d'informació de la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana. Els certificats reconeguts ho seran conforme a les normes vigents de gestió de la qualitat, gestió ambiental i accessibilitat universal.

Subprograma 2.2.

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

En aquest subprograma, les actuacions subvencionables són les relatives a despeses de campanyes de publicitat en mitjans de comunicació, altres suports de difusió i despeses d'organització de les festes declarades d'interés turístic internacional, nacional i autonòmic, així com la promoció i difusió d'esdeveniments, que se celebren durant 2017 a la Comunitat Valenciana, en el mercat nacional o en mercats internacionals, vinculats a productes turístics de tipus cultural, patrimonial, de la natura, gastronòmic, esportiu i de l'oci que constituïsquen un vehicle a la promoció.

Subprograma 2.3.

Suport a la prestació de serveis turístics en els municipis:

Aquest subprograma, iniciat en aquest exercici 2017, ha inclòs com a despeses subvencionables els serveis propis dels informadors turístics, dels guies en visites als recursos; despeses derivades de la seguretat i vigilància en platges del litoral i d'interior: serveis de socorrisme i salvament, i despeses derivades de l'atenció i vigilància d'espais naturals i àrees recreatives.

A la convocatòria d’ajudes dirigides a entitats locals 2017, es van presentar un total de 458 projectes d’ajuntaments i patronats municipals de la Comunitat Valenciana amb la següent distribució per programes:

Situació administrativa	Programa 1	Programa 2			TOTAL
		Subpr.2.1	Subpr. 2.2	Subpr. 2.3	
Avaluats com FAVORABLES	161	17	76	58	312
Avaluats com DESFAVORABLES	15	5	28	1	49
DESISTIMENTS expressos i tàcits	55	1	12	10	78
INADMISSIONS	8	1	6	4	19
TOTAL SOL·LICITUDS PRESENTADES	239	24	122	73	458

De les 458 sol·licituds presentades, han resultat favorables un total de 312, la qual cosa suposa el 67,60 %. És a dir, dos de cada tres sol·licituds presentades en 2017 han sigut favorables i se’ls ha concedit ajuda per a la realització del projecte.

Quant a la distribució provincial del nombre de projectes a què s’ha donat suport, aquesta ha sigut la següent:

PROGRAMA 1	Núm. projectes favorables	PROGRAMA 2	Núm. projectes favorables	PROGRAMA 1+2	Núm.projectes favorables
Província d’Alacant	30	Província d’Alacant	43	Província de Alicante	75
Província de Castelló	59	Província de Castelló	41	Província de Castellón	100
Província de València	72	Província de València	67	Província de Valencia	139
TOTAL	161	TOTAL	151	TOTAL	312

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

En 2017 s’han engegat tres programes de suport dirigits al sector empresarial que han tingut com a beneficiaris a:

- ▶ Empreses turístiques de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Federacions, fundacions, associacions i empreses organitzadores d’activitats esportives i culturals d’impacte turístic internacional que se celebren a la Comunitat Valenciana.
- ▶ ssociacions i empreses que desenvolupen actuacions de promoció i comercialització de productes turístics de la Comunitat Valenciana.

PROGRAMA 1:

Foment de la competitivitat empresarial

El programa té com a objectiu incentivar el desenvolupament de projectes que contribuïsquen a la millora de la competitivitat dels serveis i productes turístics valencians en els mercats nacional i internacional, contribuint així mateix a la desestacionalització i al desenvolupament sostenible, responsable i inclusiu de l’activitat turística de la Comunitat Valenciana, i s’ha centrat a donar suport als projectes d’empreses turístiques de la Comunitat Valenciana.

PROGRAMA 2:

Suport a activitats esportives i culturals d’impacte turístic internacional

Aquest programa té per objecte incentivar el desenvolupament d’activitats esportives i culturals a la Comunitat Valenciana d’impacte internacional i que afavorisquen la generació de fluxos turístics cap a la nostra destinació, i que contribuïsquen així mateix a la creació de un producte turístic singular i al posicionament de la nostra destinació en els mercats internacionals, i s’ha centrat a donar suport als projectes presentats per federacions, fundacions, associacions i empreses organitzadores de les activitats esportives i culturals que es detallen a continuació:

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

PROGRAMA 3:

Impuls al màrqueting de producte turístic de la Comunitat Valenciana

Aquest programa, iniciat en 2017, té per objecte incentivar el desenvolupament de projectes que contribuïsqwen a introduir al mercat nous productes turístics per a diversificar l’oferta i desestacionalitzar la demanda, i s’ha centrat a donar suport als projectes d’associacions i empreses que desenvolupen actuacions de promoció i comercialització de productes turístics de la Comunitat Valenciana 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 de participació en fires o accions promocionals.
- D. Despeses derivades de la contractació d’assistència tècnica externa per a impulsar la gestió de la promoció i comercialització de productes turístics de la Comunitat Valenciana.

Aquestes actuacions han de tindre per objecte la promoció, distribució o comercialització de:

- A. Productes estructurats en rutes: Ruta de la Seda, Ruta del Grial, Ruta dels Borgia, Camins de Dinosauris o altres lligades a l’art rupestre, els jaciments arqueològics, els castells i les talaies, les rutes històriques, etc.
- B. Productes de pesca turisme i agroturisme, com ara enoturisme, oleoturisme, etc., així com circuits turístics gastronòmics.
- C. Serveis i productes certificats amb la marca Parcs Naturals..
- D. Activitats nàutiques, aquàtiques, busseig, golf, turisme de naturalesa, senderisme, BTT, cicloturisme, turisme eqüestre, turisme ornitològic, astroturisme, i totes aquelles activitats englobades sota el concepte de turisme actiu.
- E. Activitats de turisme MICE (reunions, incentius, congressos i grans esdeveniments).
- F. Activitats lligades al turisme de salut.
- G. Productes etnològics relacionats amb l’artesania, costums i festes populars, especialment aquelles que tinguen declaració d’interés turístic.
- H. I productes turístics basats en figures declarades patrimoni de la humanitat.

A aquesta convocatòria d’ajudes 2017 dirigides a empreses, federacions, fundacions i associacions es van presentar un total de 237 projectes, amb la següent distribució per programes:

Situació Administrativa	Programa 1	Programa 2	Programa 3	TOTAL
Avaluats com FAVORABLES	44	13	41	98
Avaluats com DESFAVORABLES	23	13	24	60
DESISTIMENTS expressos i tàcits	40	10	23	73
INADMISSIONS	3	2	1	6
TOTAL SOL·LICITUDS PRESENTADES	110	38	89	237



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

PROGRAMA 1	Núm. projectes favorables
Província d'Alacant	13
Província de Castelló	19
Província de València	12
TOTAL	44

PROGRAMA 2	Núm. projectes favorables
Província d'Alacant	3
Província de Castelló	3
Província de València	7
TOTAL	13

PROGRAMA 3	Núm. projectes favorables
Província d'Alacant	8
Província de Castelló	9
Província de València	19
TOTAL	36

TOTAL PROGRAMES 1+2+3	Núm. projectes favorables
Província d'Alacant	24
Província de Castelló	31
Província de València	38
TOTAL	93

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

Ubicada en el 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 dirigides a la millora de la competitivitat del turisme valencià.



La informació que s'hi difon 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.

CALENDARIO ESTADÍSTICAS DE TURISME													
Coyuntura	2017												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Compañías Aereas de Bajo Coste	XI/2016 (17-ene)	I/2017 (17-feb)	II/2017 (17-mar)	III/2017 (17-abr)	IV/2017 (17-may)	V/2017 (17-jun)	VI/2017 (17-jul)	VII/2017 (17-ago)	VIII/2017 (17-sep)	IX/2017 (17-oct)	X/2017 (17-nov)	XI/2017 (17-dic)	XII/2017 (17-ene)
Turistas extranjeros Frontur-Signat	XI/2016 (17-ene)	XII/2016 (17-dic)	I/2017 (17-ene)	II/2017 (17-feb)	III/2017 (17-mar)	IV/2017 (17-abr)	V/2017 (17-may)	VI/2017 (17-jun)	VII/2017 (17-jul)	VIII/2017 (17-ago)	IX/2017 (17-sep)	X/2017 (17-oct)	XI/2017 (17-nov)
Turistas extranjeros Datos provinciales	4º trim. 2016	1º trim. 2017	2º trim. 2017	3º trim. 2017	4º trim. 2017	1º trim. 2018	2º trim. 2018	3º trim. 2018	4º trim. 2018	1º trim. 2019	2º trim. 2019	3º trim. 2019	4º trim. 2019
Viages turísticos de los españoles Datos provinciales	3º trim. 2016	4º trim. 2016	1º trim. 2017	2º trim. 2017	3º trim. 2017	4º trim. 2017	1º trim. 2018	2º trim. 2018	3º trim. 2018	4º trim. 2018	1º trim. 2019	2º trim. 2019	3º trim. 2019
Ocupación hotelera	XI/2016 (17-ene)	I/2017 (17-feb)	II/2017 (17-mar)	III/2017 (17-abr)	IV/2017 (17-may)	V/2017 (17-jun)	VI/2017 (17-jul)	VII/2017 (17-ago)	VIII/2017 (17-sep)	IX/2017 (17-oct)	X/2017 (17-nov)	XI/2017 (17-dic)	XII/2017 (17-ene)
Ocupación hotelera por zonas turísticas	XI/2016 (17-ene)	I/2017 (17-feb)	II/2017 (17-mar)	III/2017 (17-abr)	IV/2017 (17-may)	V/2017 (17-jun)	VI/2017 (17-jul)	VII/2017 (17-ago)	VIII/2017 (17-sep)	IX/2017 (17-oct)	X/2017 (17-nov)	XI/2017 (17-dic)	XII/2017 (17-ene)
Ocupación establecimientos	XI/2016 (17-ene)	I/2017 (17-feb)	II/2017 (17-mar)	III/2017 (17-abr)	IV/2017 (17-may)	V/2017 (17-jun)	VI/2017 (17-jul)	VII/2017 (17-ago)	VIII/2017 (17-sep)	IX/2017 (17-oct)	X/2017 (17-nov)	XI/2017 (17-dic)	XII/2017 (17-ene)
Empleo turístico	4º trim. 2016	1º trim. 2017	2º trim. 2017	3º trim. 2017	4º trim. 2017	1º trim. 2018	2º trim. 2018	3º trim. 2018	4º trim. 2018	1º trim. 2019	2º trim. 2019	3º trim. 2019	4º trim. 2019
Resumen mensual On line	XI/2016 (17-ene)	I/2017 (17-feb)	II/2017 (17-mar)	III/2017 (17-abr)	IV/2017 (17-may)	V/2017 (17-jun)	VI/2017 (17-jul)	VII/2017 (17-ago)	VIII/2017 (17-sep)	IX/2017 (17-oct)	X/2017 (17-nov)	XI/2017 (17-dic)	XII/2017 (17-ene)
Balances	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Temporada verano	2016 (jun-jul)	2016 (ago-sep)	2016 (oct-nov)	2016 (dic-ene)	2016 (feb-mar)	2016 (abr-may)	2016 (jun-jul)	2016 (ago-sep)	2016 (oct-nov)	2016 (dic-ene)	2016 (feb-mar)	2016 (abr-may)	2016 (jun-jul)
Otros periodos	2016 (jun-jul)	2016 (ago-sep)	2016 (oct-nov)	2016 (dic-ene)	2016 (feb-mar)	2016 (abr-may)	2016 (jun-jul)	2016 (ago-sep)	2016 (oct-nov)	2016 (dic-ene)	2016 (feb-mar)	2016 (abr-may)	2016 (jun-jul)

La secció "Estadístiques de Turisme de la Comunitat Valenciana" ofereix informació detallada de la Comunitat Valenciana, així com de les seues diferents zones turístiques, mitjançant la publicació, en 2017, d'anuaris, informes, estudis i altres productes d'interés, que segueixen un calendari preestablert. Tots els documents són de descàrrega lliure (no requereix subscripció) i gratuïta.

En 2017, s'ha completat el procés de sistematització de la producció i anàlisi de les noves dades provinents de les operacions de demanda transferides a l'INE (Frontur-Egatur i ETR-Familitur) des de Turespaña i s'ha recuperat el nombre d'informes anuals, que ha passat a ser d'elaboració pròpia. Com a novetat, s'ha iniciat la publicació d'informes conjunturals sobre mercats emissors estrangers, de periodicitat mensual en el cas dels dos principals (el Regne Unit i França), basats en les operacions d'oferta i demanda de l'INE. Així mateix, s'han incorporat a l'apartat "Conjuntura - Turistes estrangers" els resultats de l'"Estudi de turistes estrangers en l'aeroport de Castelló".

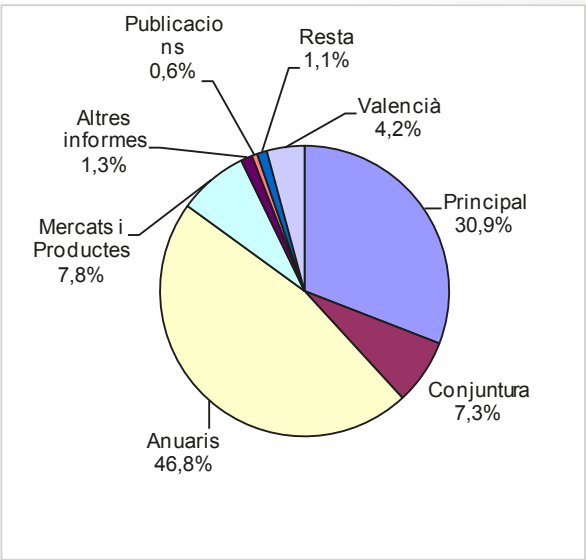
ESTADÍSTIQUES DE TURISME EN XIFRES		
	2016	2017
Visitas*	7.798	9.440
Publicacions 2016: 92 2017: 135	67 Informes de Conjuntura	99 informes de conjuntura
	4 Balanços	4 balanços
	5 Anuaris	5 anuaris
	8 Informes de mercat	17 informes de mercat
	7 Altres informes	10 altres informes

Font: Elaboració pròpia a partir de Google Analytics

El nombre de visites a Estadístiques de Turisme, 9.440, es va incrementar un 21,1 % en 2017, amb la qual cosa es va aconseguir un màxim històric de visites.

Un 46,8 % dels usuaris va accedir a Estadístiques de Turisme mitjançant la secció "Anuaris" i un 30,9 %, per mitjà de la pàgina principal.

La taxa de rebot presenta un valor molt satisfactori (46,2 %), que indica que més de la meitat dels usuaris consulten i s'interessen per altres apartats abans d'abandonar la sessió.



Font: Propia a partir de Google Analytics

PROGRAMA ESTADÍSTIC

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



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

PLA VALENCIÀ D'ESTADÍSTICA 2007-2010 (PRORROGAT)

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

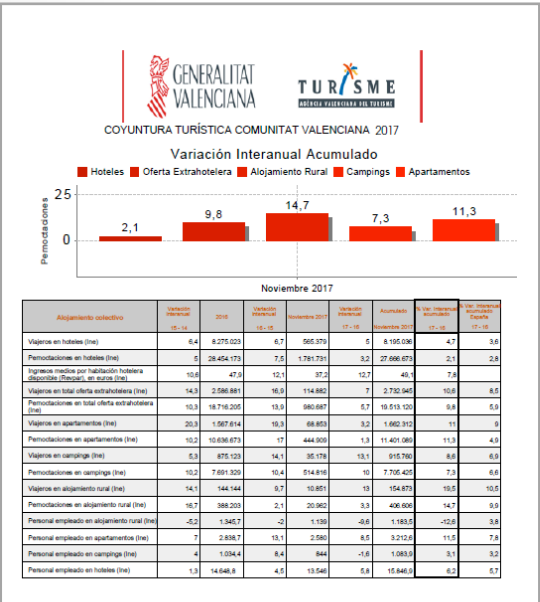
- L'Oferta turística municipal i comarcal.
- L'enquesta turística (desagregació per zones turístiques de l'evolució d'establiments hotelers).
- Els indicadors de demanda del sector turístic (desagregació per a la Comunitat Valenciana, províncies i destinacions Benidorm i València ciutat, dels turistes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

TURPENTAHO:

Sistema d'informació turística de la Comunitat Valenciana

En 2017, s'ha efectuat mensualment la càrrega del sistema de datawarehouse (magatzem de dades) turístic TURPENTAHO amb els indicadors procedents de les enquestes d'ocupació a l'oferta turística de l'INE, la qual cosa permet tant l'obtenció automàtica de taules de dades amb evolució per als informes de conjuntura com la disponibilitat immediata per a la seua consulta en línia en el web institucional.

El desenvolupament de TURPENTAHO es realitza en col·laboració amb el departament informàtic i està pendent de la seua disponibilitat de recursos humans.



3.5. CENTRE DE DOCUMENTACIÓ

El Centre de Documentació Turística, ha continuat en 2017 amb les labors d'actualització i manteniment del fons documental de l'Agència. Des d'aquest centre, s'ha gestionat, d'una banda, la informació provinent de les adquisicions, tant de llibres com de revistes especialitzades, i, d'una altra, la cerca, localització i tractament documental dels estudis i informes divulgats pels webs més importants de recerca turística, tant nacionals com estrangers.

Des d'aquest 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, que coordina els treballs de catalogació i registre dels documents entre Invat-tur i la seu central i que facilita la gestió conjunta del fons documental. Encara que la totalitat dels documents estan situats a la seu de l'Invat-tur, la recepció i catalogació de les publicacions periòdiques s'ha portat des de la seu central, i la resta de documents es gestionen indistintament des de tots dos departaments.

les empreses del sector, per mitjà de la realització d'estudis i recerques que permeten el seguiment actualitzat i continu de les tendències de l'activitat turística a la Comunitat Valenciana.

Estudis propis:



El turisme a la Comunitat Valenciana 2016:

- Activitat turística a la Comunitat Valenciana
- Activitat turística a la província d'Alacant
- Activitat turística a la província de Castelló
- Activitat turística a la província de València
- Establiments hotelers
- Apartaments turístics
- Càmpings
- Allotjament rural
- Excel·lència en l'activitat turística

3.6. ESTUDIS I RECERCA

Mitjançant programa, en 2016, s'ha donat suport al disseny d'estratègies i a la presa de decisions, tant per part de les administracions turístiques com de

- ▶ Oferta turística municipal i comarcal de la Comunitat Valenciana 2016.
- ▶ Perfil del turista allotjat en oferta reglada 2016. Províncies i destinacions.
- ▶ Perfil del turista que visita la Comunitat Valenciana. Províncies i zones.
- ▶ Perfil del turista usuari de la Xarxa Tourist Info 2016.
- ▶ Balanços conjunturals. Províncies i zones.
- ▶ Turistes estrangers en allotjament privat.
- ▶ Turistes residents a Espanya en allotjament privat.
- ▶ Paquets turístics amb origen al Regne Unit (estiu 2016).
- ▶ Paquets turístics amb origen al Regne Unit (hivern 2016-2017).
- ▶ Excursionisme a la Comunitat Valenciana 2016.
- ▶ Companyies aèries de baix cost 2016.
- ▶ Ocupació en albergs 2016.
- ▶ Habitacions hoteleres per tipus de client 2016.
- ▶ Evolució del RevPAR hotelier 2016.

Altres activitats de difusió

Difusió d’una publitramesa (mailing) setmanal per correu electrònic amb els últims informes estadístics publicats a l’apartat d’"Estadístiques de turisme", dirigit a 241 destinataris:

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

Gestió de peticions externes relacionades amb indicadors de l’activitat turística a la Comunitat Valenciana. D’aquesta manera i donant resposta principalment mitjançant l’adreça de correu electrònic estadistiques_turisme@gva.es, en 2017 es van gestionar 50 sol·licituds d’informació.

3.7. ACCIONS DE SUPORT A LES ACTUACIONS DE POLÍTICA TURÍSTICA

Des de l’Àrea de Competitivitat 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:

RESUM INFORMES 2017	QUANTITAT
Informes Comarcals	18
Informes municipals	178
Informes associacions	5
Presentacions ppt	1
Saludes	3
Informes alts càrrecs	169
Informes subcarpetes alts càrrecs	8
Fitxes reunions	27
Informe de gestió	1
TOTAL	410

Presentació de 4 candidatures de la Comunitat, 3 a Medalla al Mèrit Turístic i 1 a Placa al Mèrit Turístic, convocades per Turespaña per al 2017:

- ▶ Medalla al Mèrit Turístic a la Innovació a Dolores Pérez Vinyer, com a directora de l’Hotel del Juguet, a Ibi (Alacant).
- ▶ Medalla al Mèrit Turístic a la Promoció a Mireia Mollà Herrera, com a presidenta de VISIT ELX.
- ▶ Medalla al Mèrit Turístic, en Sostenibilitat i Qualitat a José Hernández Guirado, com a Director General del Grup Hotels RH.
- ▶ Placa al Mèrit Turístic en destinacions emergents a l’associació Los Pueblos Más Bonitos de España.

Planificació i seguiment de les reunions:

- ▶ de la Comissió Interdepartamental de Turisme, presidida per la Presidència de la Generalitat, decret 161/2015;
- ▶ de les taules 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 es van celebrar 5 reunions.

3.8. PREMIS TURISME COMUNITAT VALENCIANA

A la fi del mes de setembre de 2017 i coincidint amb les celebracions del Dia Mundial del Turisme organitzades per la Generalitat Valenciana, van

ser lliurats, pel Molt Honorable President de la Generalitat als guanyadors, els Premis Turisme Comunitat Valenciana 2016, corresponents a la seua tercera edició i convocats per resolució de 3 de febrer de 2017, en un acte celebrat al Pati Gòtic del Palau de la Generalitat.

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 aquelles que es distingeix per la seua labor a favor del turisme.

En aquesta 3a edició, els premis concedits en les modalitats convocades van recaure en:

- ▶ Modalitat 1, a la trajectòria turística, a INTURCOSA (Instal·lacions Turístiques Costaneres).
- ▶ Modalitat 2, a la formació i recerca en turisme, a GASMA-Proyectos Docents i Management, SL.
- ▶ Modalitat 3, a la innovació aplicada al turisme, a PEMERIBI, SL (Hotel del Juguet).
- ▶ Modalitat 4, a la promoció i comunicació turística, a VISITE ELX, organisme autònom local.
- ▶ Modalitat 5, al turisme sostenible, ex aequo, a NOBLESA DE LA TERRA, SL, i a GRUP HOTELS RH (Resthotel SL).
- ▶ Modalitat 6, a la responsabilitat social en el turisme, a la FUNDACIÓ BALEÀRIA.
- ▶ Modalitat 7, al turisme inclusiu, al CÀMPING TORRE LA SAL, 2.

3.9. ACCIONS DE RELACIÓ AMB 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 les universitats següents:

Universitat d'Alacant:

El conveni inclou dues línies d'actuació:

- ▶ Desenvolupament de la Comunitat Valenciana com a destinació turística intel·ligent. Treballant especialment:
 - Recerca per a la millora de la sostenibilitat, competitivitat i impuls de les destinacions intel·ligents.
 - Activitat turística i canvi climàtic.
 - Desenvolupament d'una eina d'intel·ligència de destinacions, així com altres desenvolupaments informàtics associats a DTI.
 - Anàlisi i propostes d'actuacions en el marc de destinacions turístiques intel·ligents per a diferents entorns (industrials, nàutics, gastronòmics...).
 - Suport a la recerca dels programes de doctorat.
- ▶ La segona línia d'actuació del conveni ha sigut dedicada a la qualificació en clau innovadora dels professionals del sector turístic valencià, incloent-hi, entre altres accions de transferència, les següents:
 - Especialització del quadre directiu dels establiments hotelers.
 - Especialització en cuina tecnològica i de recerca.
 - Programes d'especialització en transformació digital i interpretació del territori.

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:

- ▶ Recursos paisatgístics i anàlisi de la seua potencialitat turística.
- ▶ Creació de productes turístics:
 - Disseny de PLANS DIRECTORS per a productes en comarques: xarxes territorials.
 - Elaboració de models de pla director dirigits a territoris de frontera, parc fluvial del Túria i art rupestre.
- ▶ També s'hi inclou una línia dedicada a la promoció i comercialització de productes turístics de base paisatgística, accions de comunicació i transferència de coneixement del projecte i la celebració del congrés "Innovació, paisatges i turisme: plans territorials de competitivitat turística".

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:

- ▶ Impuls al turisme ètic i responsable entre els agents turístics valencians, implementació i difusió del mateix.
- ▶ La segona línia d'actuació inclou un estudi denominat "Generació de dinàmiques turístiques costa-interior a l'entorn de l'aeroport de Castelló".

- ▶ Finalment, generació i difusió de coneixement turístic, amb la recerca per a la creació d'itineraris turisticoculturals transregionals i la celebració del XX Congrés Internacional de Turisme Universitat Empresa.

Universitat Politècnica de València:

L'objecte principal d'aquest conveni ha sigut el desenvolupament de productes de turisme actiu sostenibles, i s'han dut a terme les activitats següents:

- ▶ Una metodologia per a la creació de productes de turisme actiu amb un enfocament de sostenibilitat.
- ▶ Desenvolupament d'un manual d'estil per a la creació de materials de difusió basats en cartografia per a productes de turisme actiu.
- ▶ Aplicació de la metodologia i els manuals d'estil desenvolupats a un cas d'estudi: el turisme eqüestre a la Comunitat Valenciana.

Universitat miguel Hernández d'Elx:

L'objecte principal d'aquest conveni ha sigut l'anàlisi en clau de dades massives (big data) 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:

- ▶ Una primera, dedicada a l'anàlisi estadística i analítica de grans volums de dades. Aplicació de tècniques d'estimació en àrees petites per a l'obtenció d'estimacions de la despesa per tipologies de viatges.

- ▶ La segona línia s'ha dedicat a la divulgació i transferència de coneixement amb l'organització d'una jornada de turisme i big data i la publicació d'articles especialitzats.

Florida Universitària:

L'objecte principal ha sigut la recerca, anàlisi i propostes dirigides a promoure la igualtat de gènere en l'accés als llocs directius en el sector turístic de la Comunitat Valenciana.

- ▶ Diagnòstic de situació.
- ▶ Recerca empírica.
- ▶ Fase de transferència de coneixement.



4. ACTIVITATS EN MATÈRIA D'INFRAESTRUCTURES TURÍSTIQUES

4.1. INFRAESTRUCTURES DE LITORAL

La finalitat del programa és dotar les platges de la Comunitat Valenciana d'infraestructura pública, mitjançant el subministrament als municipis de diferents elements, uns de caràcter higiènic, com són rentapeus 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, i altres elements de caràcter lúdic i esportiu com són jocs infantils i juvenils, àrees esportives, àrees biosaludables i zones d'esports de platja. Totes aquestes instal·lacions milloren les condicions de les platges per a l'ús turístic.

Manteniment i reparació de les instal·lacions higièniques i ludicoesportives de les platges

Entre el 18 al 23 de gener de 2017 es va produir un fort temporal de mar, que va provocar grans danys en les infraestructures turístiques de litoral instal·lades a les platges de la Comunitat Valenciana. Davant d'aquesta situació, per part de la Direcció General de l'Agència de Seguretat i Resposta a Emergències, el 2 de març de 2017 es va dictar resolució de declaració d'emergència dels treballs per a pal·liar els danys ocasionats pels esdeveniments catastròfics en les infraestructures turístiques de les platges de la Comunitat Valenciana.

Les actuacions més importants han sigut:

- ▶ Intervenció en les 90 estacions de bombament per a aigua tractada de mar en la revisió, reparació o substitució dels equips de bombament, les boies, calderines i el quadre elèctric.
- ▶ Actuació sobre 2.000 rentapeus i 200 dutxes en el desenterrat, aplomat, anivellat i en la majoria dels casos el granallatge, pintat i substitució dels elements interiors.
- ▶ Retirada de 60 àrees de joc infantils i juvenils per estar danyades i no ser reparables.
- ▶ Actuacions en més de 40.000 metres lineals de canalització d'aigua tractada de mar per rentapeus, dels quals el 20 % han sigut ancorats als murs dels passejos marítims.
- ▶ Per part del Servei d'Infraestructures Turístiques de l'Agència Valenciana del Turisme es va promoure la contractació de serveis professionals de dos enginyers de suport per a realitzar els treballs de direcció facultativa i la coordinació en seguretat i salut dels treballs materialment efectuats per TRAGSA. Mensualment, s'han emés certificacions dels treballs realitzats, contrastats amb la direcció facultativa i atenent les prioritats marcades en les reunions d'inici.

Subministrament i instal·lació de nous elements d'infraestructura turística en platges.

- ▶ Subministrament i instal·lació de 4.800 metres lineals de passarel·les rígides d'ample normal.
- ▶ Subministrament i instal·lació de 2.500 metres lineals de passarel·les rígides d'ample especial.
- ▶ Subministrament i instal·lació de quatre macrojocs infantils tematitzats amb fauna marina de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Subministrament i instal·lació de deu jocs infantils, d'extensió ordinària (no macro) tematitzats amb Fauna Marina de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Subministrament i instal·lació de deu jocs infantils (no macro) tematitzats amb Flora de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Subministrament i instal·lació de sis palmeres punt de càrrega de mòbils (expedient 10/17).
- ▶ 125 papereres de color verd per a platges continentals i per a riberes de riu en 12 municipis d'interior.
- ▶ Subministrament i instal·lació de dues marquesines per a platges continentals a Navajas i Túejar.
- ▶ Subministrament de 176 mòduls d'ancoratge per a zones de bany accessibles o per a descans en platges.
- ▶ Subministrament de 1.300 fluxors per als rentapeus instal·lats en platges de la Comunitat Valenciana.



4.2. INFRASTRUCTURES DE CdT I ALTRES ACTUACIONS

S'han realitzat les següents actuacions de millora de les instal·lacions, adequació i actualització normativa de les instal·lacions:

- ▶ **CdT de Castelló i Gandia:** Millora de la seguretat anticaigudes (punts d'ancoratge, barrat i similars), per a l'accés a zones amb risc pel manteniment d'instal·lacions tèrmiques.
- ▶ **CdT de València, Alacant, Benidorm i Torrevella:** Realització de projectes per a la substitució de màquines tèrmiques (climatitzadors i calderes).
- ▶ **CdT Benidorm:** Substitució de cablejat estructurat per a la migració a veu sobre IP.
- ▶ **CdT Alacant:** Modificació del traçat de les conduccions de gas propà per a la millora de la seguretat.
- ▶ **CdT Dénia:** Insonorització de part de la maquinària de coberta. També s'ha procedit a la substitució d'enrajolats, reparació de fissures i subjecció del barrat.
- ▶ **Subministrament d'electricitat als CdT, Invat-tur, OIT de València i magatzem:** S'ha preparat la documentació tècnica que permet la petició d'ofertes per al període 1/2/2018 a 31/1/2019.
- ▶ **Centre de Desenvolupament i Acceleració Turística de València:** S'ha iniciat la licitació de l'obra que es troba pendent d'adjudicació.
- ▶ **Instal·lacions del Complex Fàbrica Giner:**
 - **Hotel-Escola Fàbrica Giner:**
S'ha iniciat el procés de licitació de tals obres, que conclourà al febrer del 2018 i s'estima un termini d'execució de 6 mesos des de la l'adjudicació. Mantenint aquestes previsions podria estar en funcionament al novembre del 2018.
 - **Execució de les obres en la nau de telers i la nau del tint:**
Es van adjudicar les obres i es va signar l'acta de comprovació de replanteig (inici de les obres): 15 de gener de 2018.
 - **Comanda de gestió amb l'Ajuntament de Morella per al manteniment de la Fàbrica Giner:**
El 24 de juliol de 2017 es va signar un conveni marc que empara la comanda, el conveni específic de la qual es va signar el 3 d'agost de 2017.

► Altres actuacions:

- Hotel Hospedería de la Balma (Zorita del Maestrazgo): Cedit a l'ajuntament per a ser explotat per un tercer. Després d'obtenir el 2017 el permís de la Conselleria de Cultura, s'ha traslladat del quadre elèctric i queda pendent la posada en marxa per a tindre operatiu l'elevador que dona servei d'accessibilitat a l'immoble.
- Tuéjar – Centre de dia Azud de Tuéjar: Després de la devolució del centre a l'AVT, el maig 2017, realitzada per l'explotador (Aras Turisme), s'ha dut a terme amb caràcter urgent l'apuntament de 4 bigues en l'accés exterior i l'encàrrec (a AIDIMME) d'un informe de valoració de l'estat de l'estructura de fusta de l'edifici, així com de descripció de les patologies observades i localització d'aquestes.
- Contractació de rèpliques de dinosaures: Finalitzat el termini per a la presentació, d'ofertes s'han presentat dos licitadors. En tramitació.

4.3. SENYALITZACIÓ TURÍSTICA

En l'actualitat, hi ha instal·lades més de 1.800 senyals en tots els accessos als 542 municipis de la Comunitat, inclosos els nuclis menors de població. Durant 2017, s'han realitzat actuacions puntuals de manteniment i conservació d'aquesta senyalització turística ja instal·lada:

► Senyalització SISTHO:

En 2017 s'han senyalitzat 5 recursos o destinacions turístiques noves (l'albufera d'Anna, Bocairent, castell de Montesa, Onda i Onil), amb nou senyals SISTHO col·locades, amb dos senyals per recurs o destinació, excepte en el cas d'Onil que ha sigut solament una.

► Cartell de benvinguda a l'aeroport d'Alacant-Elx:

En 2017 s'ha procedit a instal·lar un nou senyal de benvinguda a l'aeroport (similar a l'existent a l'aeroport de Manises).

4.4. 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, alhora que es posen en valor recursos turístics, paisatgístics i culturals, i es permet durant tot l'any, i principalment a les comarques d'interior, la pràctica d'aquesta activitat. La xarxa de centres BTT té operatius un total de 10 centres, més de 130 rutes i 4.200 km abalisats:

1. Província de Castelló:

Els Ports (Morella), Alt Palància (Navajas), Costa de Azahar (Torreblanca) i Alto Mijares (Montanejos).

2. Província de València:

Los Serranos (Aras de los Olmos), El Valle (Cofrents), Massís del Caroig (Moixent) i La Ribera (Alzira).

3. Província d'Alacant:

El Comtat (l'Orxa) i Vall de Pop (Parcent).

Durant el 2017, s'ha realitzat l'ampliació del centre BTT de Torreblanca, que discorre des de Peníscola a Benicàssim per l'interior, amb diverses connexions fins a la costa.



4.5. 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 250 informes per als serveis provincials de Costes del Ministeri d'Agricultura, Alimentació i Medi Ambient en les tres províncies.



5. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE FORMACIÓ I INNOVACIÓ TURÍSTICA-INVAT-TUR

5.1. FORMACIÓ

La Formació Turística per a l'Ocupació, s'ha executat a través de la **Xarxa de Centres de Turisme** de la Comunitat Valenciana, mitjançant actuacions formatives i de difusió i de transferència de resultats. 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 2017 un total de cursos, participants i hores de formació en el conjunt dels CdT.

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

	Formació	Formación continua	TOTAL
Núm. de cursos	477	551	1.028
Núm. de participants	9.942	7.708	17.650
Hores de formació	36.417	6.769	43.186

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

	Castelló	Alacant	València	Total
Núm. de cursos	162	511	355	1.028
Núm. de participants	7.108	8.128	2.414	17.650
Hores de formació	5099	24096	13991	46.186

D'aquestes activitats, cal destacar que l'activitat formativa en els municipis d'interior de la Comunitat, agrupada mitjançant el concepte CdT d'Interior, es caracteritza pel desenvolupament de tot un seguit d'actuacions formatives que atenen les necessitats d'aquests espais turístics de la Comunitat Valenciana, que s'articulen per mitjà de les sol·licituds que cursen ajuntaments, associacions empresarials turístiques i ADL, i que donen com a resultat la realització d'actuacions formatives in situ, que atenen a criteris qualitatius per sobre d'altres criteris de caràcter quantitatiu.

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

	Castelló	Alacant	València	Total
Cursos	80	97	52	229
Hores	861	2303	523	3678
Alumnes	1276	1511	817	3604

Així mateix, i pel que fa a la formació en línia, en 2017 es manté el nombre d'actuacions formatives, augmenta el nombre d'hores i usuaris pel que fa a l'any anterior, se segueix amb la consolidació d'aquest tipus de formació i es compta amb l'ampliació pròpia de continguts, ja no solament en idiomes com ara l'alemany turístic i l'italià turístic, sinó també en cursos que puguem dirigir-se a aturats com, per exemple, el personal de neteja de pisos en hotel.

	Cursos	Hores	Participants
Cdt e-Formació	79	1320	2295

Qualificació contínua i formació per a l'ocupació

En 2017, en la xarxa de centres es van realitzar 551 cursos de formació contínua, que van comptar amb 7.708 participants i van suposar 6.769 hores de formació.

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

En l'actualitat, els CdT de la xarxa es troben homologats pel SERVEF o en vies d'aprovació per a la impartició dels certificats de professionalitat publicats de la família hostaleria i turisme. S'ha realitzat un esforç especialment intens en aquelles qualificacions professionals la inserció laboral de les quals és més factible (cuina, servei de bar, cafeteria i Restaurant).

Així doncs, durant 2017 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.

Durant 2017, s'han impartit **477 cursos de formació professional** per a l'ocupació, amb 9.942 participants i 36.417 hores de formació.

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, mitjançant la creació d'ocupació. En aquest sentit destaca la implementació del portal d'ocupació turística CdTJobs, borsa d'ocupació en línia dirigida a participants en cursos de la xarxa CdT i a empreses del sector que busquen cobrir llocs de treball, que durant 2017 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 les quals han arribat al desembre del 2017 són de 3.768 sol·licitants totals acumulats i 283 empreses que ofereixen treball. El nombre d'ofertes publicades és de 139 durant l'any 2017.

5.2. ACCIONS D'INNOVACIÓ TURÍSTICA - INVAT·TUR

Durant l'any 2017, 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 recerca i la transferència de coneixement a tot el sector turístic de la Comunitat Valenciana, i ha ampliat tant el nombre d'activitats, projectes i estudis com les zones geogràfiques en les quals s'han desenvolupat:

- ▶ **Increment de l'activitat** pel que fa a semestres anteriors.
- ▶ **Obertura del radi d'acció** de l'Invat-tur en tota la Comunitat Valenciana.
- ▶ **Major nombre de peticions de col·laboració des de tots els àmbits:** administració, associacions, universitats, empreses privades, centres de recerca, etc.
- ▶ Continuació del programa de **recerca, innovació i transferència de coneixement amb universitats valencianes**.

Les principals línies de treball de l'institut durant 2017 van ser les següents:

Intel·ligència competitiva i vigilància tecnològica

Amb l'objectiu de seguir 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 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 d'unitat d'intel·ligència competitiva.
- ▶ Participació en fòrums d'intercanvi d'experiències en vigilància competitiva.

Suport a l'emprenedoria en TURISME-INVAT·TUR EMPREN

Les actuacions en matèria d'emprenedoria desenvolupades per l'Invat-tur persegueixen afavorir una cultura emprenedora en matèria turística, amb un èmfasi especial en el caràcter tecnològic dels projectes i idees a les que s'ha prestat suport. Entre les actuacions desenvolupades en 2017, 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: edicions València, Vila-real i Alacant.
- ▶ Fòrums i jornades: Conectur CV (2 edicions), Focus CV Castelló.
- ▶ Incorporació de nous projectes a l'àrea de cotreball (coworking) i viver d'empreses i projectes emprenedors.
- ▶ Continuitat del programa d'assessorament a projectes i empreses.
- ▶ Sistema de suport a l'emprenedor: Infoday sobre ajudes a emprenedors, Networking Comunitat Invat-tur, Fitur, StartUp Olé Salamanca, Ecosistema emprenedor (aceleradores) València, etc.

Projectes I+D+I

Invat-tur desenvolupa projectes d'I+D+i de manera autònoma o en col·laboració amb altres centres de recerca i universitats. De manera prioritària, es plantegen projectes de recerca i transferència de coneixement que garantisquen la cooperació entre l'Invat-tur, els diferents centres de recerca i de coneixement, els instituts tecnològics i les empreses turístiques. Entre els projectes desenvolupats en 2017 per l'Invat-tur cal destacar:

- ▶ Suport al desenvolupament de projectes d'I+D+i en el marc del conveni amb les diferents universitats valencianes.
- ▶ Projecte Alacant Nàutica – Zona Volvo Port.
- ▶ Disseny de la nova estratègia de l'Invat-tur.
- ▶ Posada en marxa del Grup de Digitalització de Destinacions Turístiques de la CV.
- ▶ Destinacions Intel·ligents CV:
 - Projectes pilot a Finestrat, a Benidorm i a Santa Pola.
 - Definició de nous escenaris per al model DTI CV.
 - Desenvolupament del model de platges intel·ligents de la Comunitat Valenciana.
 - Disseny del programa de transformació digital de la Comunitat Valenciana.
 - Manual d'implantació de metodologia Lean en destinacions.
 - IX Baròmetre Xarxes Socials i Destinacions.
 - Evolució de l'eina Social Analytics.
 - Evolució de l'eina d'autodiagnòstic DTI CV.

- Informe sobre tendències en intel·ligència artificial i turisme, realitzat en el marc del grup de treball de centres tecnològics en turisme d'Espanya, en coordinació amb Thinktur – ITH.
- Disseny del Pla estratègic de l'associació innovadora DTI CV.
- Publicacions en revistes i congressos científics.

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 competitius. Des del punt de vista científic, es poden abordar més fàcilment els fenòmens que succeeixen en els fogons de les cuines i per tant millorar tècniques culinàries tradicionals, estudiar problemàtiques gastronòmiques, millorar textures, potenciar sabors i una infinitat més de possibilitats. Entre les accions desenvolupades en 2017 destaquen:

- ▶ Recerques sobre productes gastronòmics de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Aules de cuina i ciència: química Culinària, tecnologia del xocolate.
- ▶ Expert Universitari en Cuina Tecnològica (4a edició)

Comunicació i transferència de resultats

A més de realitzar una extensa activitat en diferents matèries, és imprescindible donar difusió als estudis, recerques, 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: #SMTurismo (4a edició).
- ▶ Potenciació de la presència de l'Invat.tur en mitjans de comunicació generalistes i especialitzats.



6. ACTIVITATS EN MATÈRIA D'ACCELERACIÓ EMPRESARIAL

El nou Programa d'**acceleració empresarial i d'accés d'emprenedors al mercat del turisme (Accetur)** ha intensificat en 2017 les seues accions de foment de l'emprenedoria i ha incorporat noves línies per a completar els itineraris que s'ofereixen a emprenedors i pimes turístiques:

- ▶ **Augment d'usuaris i de projectes emprenedors atesos.**
- ▶ **Increment de les activitats de difusió, formació i assessorament.**
- ▶ **Ampliació de l'abast del programa** en col·laboració amb centres de formació, agents territorials i cambres de comerç.
- ▶ **Nou Programa de competitivitat turística** per a autònoms i pimes.

D'altra banda, els eixos d'actuació de la Unitat d'Acceleració Empresarial s'han ampliat notablement en aquest exercici, i s'ha assumit també el desenvolupament del producte gastronòmic en el marc de l'estratègia **#CreaTurisme**, així com la realització d'activitats per al foment de l'**estratègia gastronòmica**:

- ▶ Posada en marxa de programes per al desenvolupament de l'enoturisme, **oleoturisme**, **turisme agroalimentari i pesca turisme**, que posen a la disposició de les empreses, per primera vegada, accions específiques de promoció, formació, jornades professionals i de gestió de xarxes (networking) per a l'acceleració de productes gastronòmics experiencials i creatius, amb capacitat territorial i de desestacionalització.
- ▶ En matèria de foment gastronòmic, s'han realitzat treballs de prospecció per a la posada en marxa del **Centre Internacional de Cultura Gastronòmica del Mediterrani**, s'ha participat en **trobades internacionals** i s'ha consolidat la col·laboració amb agents del **sector agroalimentari** per a la promoció de la cadena de valor de la gastronomia, així com altres actuacions de foment de la cultura gastronòmica.

6.1. ACCETUR: ACCIONS D'EMPREDORIA I COMPETITIVITAT

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

Informació i atenció a emprenedors i empreses

En 2017 s'han ampliat els punts d'accés al servei: **Tots els CdT** compten amb informació del programa a la zona de recepció, en la qual els usuaris poden consultar les activitats i concertar una cita d'assessorament.

Per a arribar millor a col·lectius d'interés, s'han realitzat presentacions en esdeveniments com forTUR (Facultat d'Economia de la UV); **XII FOCUS PIME I EMPRENEDORIA** (IVACE, Xarxa CEEI i Auditori de Castelló); en 3 reunions dels **plans de dinamització territorial i governança turística** en les quals van participar 60 representants comarcals; en la jornada **"Reptes del Cooperativisme Agroalimentari"** (Federació de Coop. Agroalimentàries CV), i en altres esdeveniments d'emprenedoria local. A més, s'ha millorat la difusió a través de **llistes de correu electrònic** per grups d'interés i s'han produït suports informatius de totes les activitats.

Els resultats apunten a un major coneixement i ús dels serveis, amb més de 300 peticions d'informació (100 en 2016) i **133 altes d'emprenedors** que desitgen rebre informació periòdica i/o participar en el programa (142 % més que en 2016).

Captació de l'emprenedoria turística i formació bàsica

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

Després de la realització de 9 edicions pilot, en 2017 s'ha ampliat el taller amb un mòdul de 4 hores dedicat a nous valors del turisme –sostenibilitat, ètica turística, hospitalitat i turisme inclusiu–: **Taller sobre oportunitats del sector turístic, emprenedoria, tècniques de cerca d'ocupació i nous valors empresarials**, del qual s'han realitzat **70 edicions**, amb una participació total de **1.077 alumnes i 1.212 hores de formació**.

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

Accetur Crea Empresa

Per a facilitar la posada en el mercat de projectes empresarials, en 2016 es va dissenyar un programa de formació per a ajudar els emprenedors en l'elaboració del pla de negoci i constitució de les empreses.

Després del bon acolliment de les accions pilot del programa de formació i assistència tècnica orientat a projectes madurs (18 projectes en 2016), en 2017 es van convocar 3 edicions del Taller de Creació d'Empreses Turístiques, en el qual han participat **33 projectes emprenedors** (5 a Castelló, 6 a Alacant i 22 a València), algun dels quals procedent del programa Invat-tur Emprén. A més de les **25 hores de formació presencial**, el taller ha comptat amb **tutories individuals durant 5 setmanes** per a l'elaboració dels plans d'empresa.

Així mateix, en 2017 es va reforçar aquest objectiu de creació i millora d'empreses amb la posada en marxa d'un **nou servei d'assessorament** prestat per tutors especialitzats, que ha permés a 17 empreses i/o emprenedors (5 a Castelló, 7 a València i 5 a Alacant) rebre atenció personalitzada sobre matèries específiques: gestió econòmica i financera; màrqueting, comercialització i TIC; i gestió d'RRHH, atenció al client, creació de producte i altres aspectes de gestió d'empreses turístiques.

Accetur Avança Pime - Programa de competitivitat turística

Fomentar la competitivitat amb mesures que permeten avançar a empreses joves, emprenedores, en procés de creixement o madures amb dificultats és un dels objectius prioritaris del programa Accetur. La posada en marxa en 2017 del **Programa de competitivitat turística** a la Comunitat Valenciana, en col·laboració amb el Consell de Càmeres Oficials de Comerç, Indústria, Serveis i Navegació, ha suposat dotar Accetur d'una important eina operativa que permet oferir serveis qualificats d'assistència tècnica i assessorament directe a autònoms i pimes en tot el territori.

En virtut del conveni de col·laboració subscrit en 2017, els serveis s'ofereixen comptant amb tutors d'innovació especialitzats, acreditats per Càmera Espanya sobre la base de la metodologia del Programa de competitivitat turística i en el marc del programa operatiu de creixement intel·ligent FEDER 2014-20 - Eix 1.

En 2017, s’han prioritzat els següents **objectius operatius**:

- ▶ Potenciar el creixement de les empreses mitjançant l’adopció de la cultura de la innovació i l’ús de les TIC, amb eines i solucions que promoguen la competitivitat en el sector i ajuden a millorar-ne la productivitat.
- ▶ Agrupar el coneixement generat pels diferents agents del sector i facilitar l’accés a les millors pràctiques.
- ▶ Establir processos per a la identificació de necessitats de les empreses turístiques i crear eines que faciliten l’adaptació del sector a les noves necessitats.
- ▶ Difondre i analitzar noves tendències de mercat turístic mitjançant fòrums i tallers específics per al sector, que contribuïsquen a millorar la capacitat i el coneixement de les empreses.

Quant a les **accions i resultats obtinguts** en 2017 pel nou programa:

- ▶ S’han realitzat estudis personalitzats a 125 pimes turístiques.
- ▶ S’han realitzat, a més, 10 jornades i tallers de divulgació en diverses àrees de coneixement i en matèries clau en les quals han participat un total de 192 empreses, professionals i agents turístics.

JORNADA / TALLER	LOCALITAT
Competitivitat turística: innovació i tecnologia	Castelló
Innovar o morir: competitivitat turística	Orpesa
Innovar o morir: competitivitat turística	Oliva
Gastronomia i turisme: competitivitat turística	Sagunt
Gastronomia i turisme: competitivitat turística	València
Innovar o morir: competitivitat turística	Xàtiva
Competitivitat turística: cels nets, un element dinamitzador del turisme	Ontinyent
Competitivitat turística: cels nets, un element dinamitzador del turisme	Castelló
Competitivitat turística: innovació i tecnologia	Orpesa

6.2. CREATURISME: PRODUCTE GASTRONÒMIC

A la fi de 2016 es va assignar a la Unitat d’Acceleració Empresarial el lideratge de l’equip Gastronomia, Enoturisme i Oleoturisme: un dels quatre grups de treball transversals organitzats en l’Agència Valenciana del Turisme dins de l’estratègia #CreaTurisme del Pla d’acció de màrqueting 2017. En els primers mesos, es van realitzar treballs de prospecció sobre els diferents subproductes gastronòmics, i es van identificar els agents i les ofertes, sota les pautes metodològiques i l’agenda de treball establerta pel líder del projecte #CreaTurisme.

En 2017, sota l’estructura d’Invat-tur, s’han incrementat notablement les actuacions, i s’han prioritzat els següents **objectius operatius**:

- ▶ Millorar el coneixement i la interlocució amb els agents i operadors del turisme gastronòmic experiencial.
- ▶ Crear mecanismes de coordinació amb les empreses i associacions per a definir actuacions prioritàries i elaborar, a mitjà termini, un programa de producte.
- ▶ Impulsar accions de sensibilització, formació, gestió de xarxes i màrqueting per al desenvolupament dels productes enoturisme, oleoturisme i turisme de base gastronòmica experiencial en general.
- ▶ Difondre i donar suport al desenvolupament de noves propostes, com el turisme mariner i el pesca turisme, per la seua aportació a la identitat gastronòmica marinera de les nostres destinacions i a la sostenibilitat turística i pesquera.

Accions de promoció i màrqueting

En 2017, s’han dut a terme les primeres actuacions promocionals amb la participació directa de les empreses:

- ▶ **FITUR:** en el marc de #CreaTurisme, la Comunitat Valenciana va oferir per primera vegada a les empreses un espai propi per a la promoció de productes turístics. El producte gastronòmic va disposar, a més, d’un estand addicional de 15 m2 en què cellers, rutes enoturístiques, almàsseres, cooperatives agroalimentàries i altres agents van tindre l’oportunitat de presentar les seues ofertes experiencials i oferir tastos i degustacions en viu: **36 coexpositors de producte gastronòmic**, **60 presentacions a la zona de tastos** (principalment d’enoturisme) i **3 presentacions d’oleoturisme** a la plaça central i sala de premsa.
- ▶ **GASTRÓNOMA:** S’hi van organitzar **presentacions de pesca turisme i oleoturisme** en aquest fòrum gastronòmic, amb la participació del sector. S’hi va vincular el pesca turisme al valor de l’experiència marinera en viu, a la sostenibilitat del Mediterrani i a la gastronomia marinera, amb una demostració de calder mariner realitzada per un pescador i armador habilitat per a l’activitat de pesca Turisme. La promoció de l’oleoturisme es va basar en un recorregut pel paisatge gastronòmic a través les diverses varietats d’oliva i oli, en un

showcooking amb producte de proximitat, sota el concepte slowfood i receptes tradicionals de gastronomia mediterrània, ofert per un xef local.

Asimismo, se ha colaborado con el Á. de Marketing y Comunicación coordinando la interlocución con las empresas y su participación en el catálogo "Experiencias" y en la nueva plataforma experienciasCV.com, donde se difunden **26 experiencias enoturísticas, 12 de agroalimentarios, 11 gastronómicas en general, 4 de Oleoturismo y 1 de Pesca Turismo.**

Jornades professionals, formació turística i altres projectes

S'han realitzat **5 jornades professionals** amb programes d'intercanvi d'experiències, coneixement de casos d'èxit i formació a les empreses en aspectes clau com la creació, promoció i distribució de producte turístic gastronòmic en les seues diferents especialitats:

► 3 edicions de la Jornada Professional d'Enoturisme a la CV i el taller Estratègia de Negoci Turístic Basada en el Vi com a Producte:

València, 7 de març; Alacant, 16 de maig, i Benlloch, 14 de juny, en col·laboració amb la Ruta del Vi d'Utiel-Requena, Ruta del Vi d'Alacant, Cátedra de Enoturismo "Casa Cesilia" UMH, Ajuntament de Villena, Ruta del Vi de Castelló i Ajuntament de Benlloc. En aquestes activitats han participat un total de 127 representants de cellers i almàsseres, cooperatives, agents especialitzats, gestors de destinacions i empreses turístiques especialitzades, així com estudiants i emprenedors. La puntuació mitjana atorgada pels assistents sobre la qualitat de l'activitat ha sigut de 8,6 punts sobre 10.

► 2 edicions de la Jornada Professional Pesca Turisme CV i Experiència Pesca Turisme,

amb eixida a zona de feines pesqueres i demostració gastronòmica, Dénia, 20 de juny, i Torrevella, 18 d'octubre, en col·laboració amb Denia Creative City, Confraria de Pescadors de Dénia, CdT de Dénia, Ajuntament de Torrevieja, la confraria de pescadors i CdT de Torrevieja. Van participar un total de 154 representants de confraries, armadors, agents especialitzats, gestors de destinacions, empreses turístiques especialitzades i altres entitats. La puntuació mitjana atorgada pels participants ha sigut de 8,7 punts sobre 10.

6.3. ESTRATÈGIA GASTRONÒMICA

L'Agència Valenciana del Turisme ha establert entre els seus objectius prioritaris posicionar la gastronomia com **un dels eixos principals de l'estratègia turística**, entesa aquesta en un sentit ampli com a element fonamental de la identitat i els valors mediterranis de la Comunitat Valenciana i l'expressió del seu paisatge, productes autòctons, patrimoni material i immaterial i arts culinàries tradicionals i d'avantguarda.

L'estratègia gastronòmica persegueix els següents **objectius específics**:

- Defensar la cultura gastronòmica com un símbol d'identitat de la Comunitat Valenciana per mitjà d'un missatge únic i el compromís de tots els actors que intervenen en la cadena de valor (sectors primaris, mercats, restauradors, cuiners, cellerers, destinacions, etc.).
- Crear instruments i sistemes per a impulsar el coneixement, la recerca, la recuperació del patrimoni, la innovació i la formació gastronòmica d'alt nivell, com a estratègia global i en un ampli marc de col·laboració nacional i internacional (administracions, universitats, xarxes gastronòmiques UNESCO, FAO, OMT, centres de recerca, gestors de destinació i agents turístics en general).
- Intensificar la promoció del producte gastronòmic i la projecció internacional de la Comunitat Valenciana com a destinació gastronòmica de primer ordre.
- Impulsar clústers gastronòmics de base territorial, per a promoure la cultura de la innovació, la sostenibilitat i la cooperació entre productors, empresaris i gestors del territori; explorar noves oportunitats per l'emprenedoria gastronòmica, la competitivitat i la posada en mercat de productes creatius i de valor per al client turístic.

Des del punt de vista **operatiu**, es contempla la posada en marxa d'un **Centre Internacional de la Cultura Gastronòmica del Mediterrani**, que s'emplaçarà en el CdT de Dénia i actuarà com a node central del sistema gastronòmic i instrument de coordinació dels programes i actuacions. L'estratègia gastronòmica es durà a terme mitjançant un pla de treball transversal, mitjançant diferents projectes gestionats per la xarxa de CdT, convenis de col·laboració amb els agents i entitats, Invat-tur, pla operatiu de màrqueting i #CreaTurisme.

En 2017, la Unitat d'Acceleració Empresarial ha participat en les actuacions següents:

1. Primeres accions per a la conceptualització del Centre Internacional de la Cultura Gastronòmica del Mediterrani: Amb la finalitat de comptar amb instruments per a la conceptualització i posada en marxa del centre, s'han realitzat els estudis següents:

- En desembre del 2016, es van lliurar els primers treballs del Mapa de valor de la cultura gastronòmica de la Comunitat Valenciana.
- En 2017, s'ha realitzat l'estudi "Estudis previs, disseny de continguts i pla director Centre Internacional de Cultura Gastronòmica del Mediterrani". Un treball que ofereix un diagnòstic sobre l'oportunitat de posada en marxa d'un centre d'aquestes característiques i aporta propostes estratègiques per a la conceptualització del sistema, amb la definició de 37 projectes específics agrupats en 7 àrees de treball. Un document que servirà de base per al llançament del centre, l'elaboració dels seus plans operatius i la definició del seu programa d'actuacions.
- Així mateix, es compta amb un estudi-proposta gràfic d'imatge corporativa i de creació de nom (naming) per al Centre Internacional de Cultura Gastronòmica del Mediterrani.

2. Jornades i projectes d'impuls de la cultura i innovació gastronòmica: En 2017, s'ha començat a treballar en nous formats de jornades professionals i projectes d'impuls a la cultura i la innovació gastronòmica, i s'han iniciat noves línies d'actuació dins dels objectius de l'estratègia gastronòmica:

- ▶ **GASTROTECH.** Dins de la programació de la fira Gastrónoma, el 6 de novembre es va organitzar un fòrum de reflexió i gestió de xarxes (networking) al Centre d'Esdeveniments de Fira València, en el qual van participar **prop de 100 professionals, empresaris i estudiants del sector.**
- ▶ **FOODSCAPE.** Amb la finalitat de fomentar el talent creatiu dels nostres cuiners i la innovació gastronòmica, s'ha desenvolupat un projecte avantguardista –com a activitat del Laboratori de Cuina Invat-tur–, amb el qual es pretén potenciar **la identitat gastronòmica mediterrània i el paisatge mitjançant el disseny, la creativitat i la recerca de nous formats experiencials per al comensal.** Utilitzant aquesta experiència com a fil conductor i cas pràctic, s'ha treballat en el disseny de les jornades **FOODXPERIENCE**, a fi de programar-les en 2018 en diferents punts del territori. Amb aquestes jornades es pretenen crear sinergies entre cuiners, restauradors, dissenyadors, artesans i emprenedors, amb la finalitat **d'identificar oportunitats d'innovació en l'experiència del client turisticogastronòmic des del concepte de marca Mediterrani en Viu.**
- ▶ **MEMORIA DEL SABOR.** En 2017, s'han produït continguts i materials audiovisuals i gràfics per a programar en 2018 aquesta jornada temàtica en diferents punts del territori. Amb la jornada es pretén avançar en **la recuperació i foment del relat propi gastronòmic de la Comunitat Valenciana**, els seus valors essencials i

elements d'arrelament cultural per mitjà de la tradició popular, la literatura o l'art. Es pretén també sensibilitzar el sector sobre la necessitat d'enriquir **la comunicació amb el client turisticogastronòmic mitjançant un relat diferenciat i autèntic (storytelling 'relat de marca')**, que genere experiències més profundes i significatives, capaces de deixar una empremta duradora en el client.

3. Participació en esdeveniments internacionals i projecció de la cultura gastronòmica: La Comunitat Valenciana ha acollit dues reunions promogudes per organismes internacionals:

- ▶ Coincidint amb la celebració del D*NA Festival, Dénia va ser seu de la **Trobada de Ciutats Creatives de la Gastronomia de la UNESCO** (29 de setembre al 2 d'octubre de 2017). Turisme va participar en la trobada amb una ponència dirigida a la delegació internacional sobre la gastronomia valenciana, el paisatge, el mode de vida mediterrani i les polítiques de foment gastronòmic. A la jornada van assistir representants institucionals i professionals de **16 de les 18 ciutats que componen la xarxa de gastronomia UNESCO.**

Es va organitzar també una reunió presidida pel secretari autonòmic de Turisme, amb **el director de l'Oficina de Turisme de Xina a Espanya**, en la qual, juntament amb Dénia, van assistir representants de les ciutats de Chengdu, Shunde i Macau. L'objectiu de la trobada va consistir a reforçar les relacions amb el mercat xinès, intercanviar bones pràctiques i posicionar la Comunitat Valenciana en la seua aposta per fer de la gastronomia un element estratègic de creativitat.

- ▶ Entre el 19 i el 21 d'octubre va tindre lloc a València el **3a Trobada Anual i Cim d'Alcaldes del Pacte de Milà 2017**, promoguda per la FAO.
- ▶ S'ha assistit al **3r Fòrum Mundial de Turisme Gastronòmic de l'OMT**, celebrat a Sant Sebastià els dies 8 i 9 de maig de 2017, i a la Trobada de Turisme Gastronòmic, promoguda per l'OMT i Madison, el 6 de juliol de 2017 a Madrid.

4. Accions de promoció i comunicació de la gastronomia mediterrània: En 2017, s'ha considerat d'interés participar en determinats esdeveniments i certàmens locals per a donar a conèixer la cultura gastronòmica de la Comunitat Valenciana a la població local, a través de presentacions i degustacions de receptes i productes autòctons mitjançant programes de showcooking:

- ▶ Esdeveniment promocional del 9 d'Octubre – **Dia de la Comunitat Valenciana** (València). Promoció gastronòmica i degustació popular.
- ▶ Acte de presentació del Projecte local d'actuació municipal de la Comunitat Valenciana – **Programa operatiu FEDER en l'àmbit de turisme cultural, patrimoni i mobilitat urbana i rural**, celebrat el 25 d'octubre de 2017, al Centre del Carmen (València). Promoció gastronòmica i degustació oferida als agents participants.

► **Gastrónoma** (València) del 4 al 6 de novembre. En col·laboració amb la Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural, es va col·laborar amb la Xarxa de CdT en la gestió de l'espai #ForumGastronómico amb un programa de presentacions gastronòmiques per part d'un cuiner local durant els 3 dies de fira.

També en col·laboració amb la Conselleria d'Agricultura, Medi Ambient, Canvi Climàtic i Desenvolupament Rural, s'ha gestionat conjuntament amb la xarxa de CdT l'assistència a dos certàmens agroalimentaris per a la promoció conjunta dels productes autòctons i la gastronomia de les nostres destinacions turístiques:

► **SALÓN GOURMETS**. Madrid, del 24 al 27 d'abril, una fira internacional de productes d'alta gamma, amb 1.500 expositors i més de 85.000 visitants.

► **ANUGA**, A la ciutat alemanya de Colònia, del 7 a l'11 d'octubre. Un certamen que reuneix més de 160.000 visitants i 7.000 expositors agroalimentaris.

5. Altres accions de promoció i màrqueting: S'ha col·laborat també, amb suport tècnic i coordinació, amb empreses del sector gastronòmic i gestors de destinació en peticions d'informació, col·laboració en esdeveniments i continguts per a web i premsa, així com per a l'elaboració dels **receptaris valencians** **Recetario MadeinCV** i **Recetario Ruta de los Borgia**, realitzats per CONHOSTUR en el marc d'un conveni de col·laboració per a la promoció gastronòmica de la Comunitat Valenciana.



7. ACTIVITATS EN MATÈRIA DE PROMOCIÓ

7.1. FIRES I CERTÀMENS TURÍSTICS

NACIONALS:

- 📍 **Fira FITUR**, Madrid (18-22 gener)
- 📍 **Fira FITUR GAY (LGBT)**, Madrid (18-22 gener)
- 📍 **Madrid Fusión** (23-25 gener)
- 📍 **Fira NAVARTUR**, Pamplona (24-26 febrer)
- 📍 **Fira SEVATUR**, Sant Sebastià (17-19 març)
- 📍 **MEDSEA Alacant** (25-26 març)
- 📍 **Fira B-TRAVEL**, Barcelona (21-23 abril)
- 📍 **Salón de Gourmets** (24-27 abril) Madrid
- 📍 **Salón de Gourmets** - Feria de Alimentación y Bebidas de Calidad, és un esdeveniment organitzat per Feria EXPOVACACIONES, Bilbao (5-7 maig)
- 📍 **Fira ARATUR**, Saragossa (12-14 maig)
- 📍 **Fira de les Comarques** – València (23 al 25 de juny)
- 📍 **Fira de TOTS SANTS**, Cocentaina (1-5 novembre)
- 📍 **GASTRÓNOMA** (4-6 novembre)
- 📍 **Fira INTUR**, Valladolid (23-26 novembre)
- 📍 **La Navideña. Feria internacional de las culturas** (26 – 29 desembre)
- 📍 **Exponadal**, Alacant (26 desembre – 4 gener)

INTERNACIONALS:

- 📍 SALON DE LA PLONGÉE (París, 6-8 de gener)
- 📍 VAKANTIEBEURS (11-15 gener)
- 📍 REISELIV (Oslo 13-15 de gener)
- 📍 Fira DESTINATIONS Manchester (19-22 gener)
- 📍 MATKA (Hèlsinki 19-22 de gener)
- 📍 Fira HOLIDAY WORLD SHOW DUBLIN (27-29 gener)
- 📍 Fira DESTINATIONS Londres (2-5 febrer)
- 📍 SALON DES VACANCES (2-5 febrer)
- 📍 SALON INTERNATIONAL DU TOURISME (Nantes, 2-5 de febrer)
- 📍 IMTM (Tel-Aviv 7 i 8 de febrer)
- 📍 Fira REISEN Hamburg (8-12 de febrer)
- 📍 Fiets en Wandelbeurs (11-12 setembre)
- 📍 Fira The Outdoor Xou (16-19 febrer)
- 📍 CONNECT (Còrsega, França, 22-24 de febrer)
- 📍 F.RE.E München (Munich, Alemanya, 22-26 de febrer)
- 📍 FERIE FOR ALLE (Herning 24-26 de febrer)
- 📍 MITT (Moscou, 14 – 16 de març)
- 📍 Salon Mondial du Tourisme (16-19 març)
- 📍 ROUTES EUROPE (22-25 abril)
- 📍 Fira HAMBURG PRIDE – LGBTI (Hamburg, Alemanya, 4 - 6 agost)
- 📍 BRITISH BIRD FAIR (18-20 agost)
- 📍 Fira EUROBIKE – Friedrichshafen (Alemanya, 30 agost - 2 setembre)
- 📍 KLM Open (14-17 setembre)
- 📍 WORLD ROUTES (23-26 de setembre)
- 📍 Fira IFTM – TOP RESA (París, 26-29 setembre)
- 📍 Anuga (París, 7-11 octubre)
- 📍 DIVE SHOW (21-22 octubre)
- 📍 WORLD TRAVEL MARKET (6-8 novembre)
- 📍 IBTM World (Barcelona, 28-30 novembre)
- 📍 ILTM CANNES (França, 4-7 de desembre)

7.2. WORKSHOPS, JORNADES INVERSES I PRESENTACIONS

ESTATS UNITS
The Midwest Clinic.
International Band and
Orchestra Conference. 71st
Annual Conference
(Chicago, 20-23 desembre)

IRLANDA
Road show amb operadors
turístics / agències de viatges
(Dublín i Belfast, 5 i 6 abril)

POLÒNIA
Activitat de promoció
turística, street marketing
(Lublin, 4 juny)

XINA
Jornades inverses xineses de
turisme MICE
(Madrid, 24-27 d'abril)

UCRAÏNA
Presentació de destinació
(Kíev, Ucraïna, 12 juny)

ITÀLIA
Road show nord d'Itàlia
(Bolonya, Pàdua i Milà
9 – 11 maig)

Workshop ('taller') nacional
amb agències de viatge
andaluses.
Sevilla (4 octubre)

Per producte
les accions van ser les següents:

MICE

- **PURE MEETING AND EVENTS:** Workshop MICE, celebrat a París el 23 de febrer de 2017.
- **M&I, Forum Europe:** Workshop turisme MICE, celebrat a Sevilla des del 28 de juny a l'1 de juliol.

GOLF

- **IAGTO Costa Blanca Trophy-Valencia Region** (22-25 maig).

ESPORTIU

- **Jornada inversa de turisme esportiu** (10-14 maig).

FAMILIAR

- **Taller de presentació oferta Tour & Kids, CdT València** (17 de maig).
- **Workshop Tour & Kids, Madrid** (28 de setembre).
- **Jornades inverses turisme escolar** (11-12 maig).

RURAL/NATURALESA/ CULTURAL/GASTRONÒMIC

- **Jornades inverses de turisme rural, cultural i gastronòmic** (29-30 març)
- **Jornades inverses de turisme actiu i de naturalesa** (7-8 juny)
- **Jornada presentació de l'operador turístic Typically Spain** (17 agost)



7.3. VIATGES DE PREMSA I FAMILIARITZACIÓ

Mercat nacional:

Viatge de premsa (Press Trip)
revista GEO VIATGES, secció
"Mitos y Leyendas"
(23-26 novembre)

BLOGTRIP VIATJANT AMB
DIEGO (6 - 11 desembre)

Mercat internacional:

📍 ÀUSTRIA:

- Viatge de premsa Golden Age (27 octubre – 1 novembre).

📍 JAPÓ:

- Viatge de premsa per al llibre sobre gastronomia espanyola: Un paseo por los sabores de España (8-12 març).

📍 HOLANDA:

- Viatge de premsa Alacant (abril).
- Blog Trip Millennials Benidorm (23-27 agost).

📍 BÈLGICA:

- Viatge de familiarització (Fam Trip) Exclusive Destination a Alacant (11-14 juny-maig).
- Viatge de premsa turisme nàutic mercat belga (abril 2017).
- Blog Trip Millennials Benidorm (23-27 agost).
- Blog Trip La Tomatina (28 agost - 2 setembre).

📍 ITÀLIA:

- Viatge de premsa Moros i Cristians (Alcoi, 20 – 24 abril).
- Blog trip Millennials (Benidorm, 23 – 27 agost).
- Blog trip Sports & Winter Sun (Benidorm, 27 set. – 1 octubre).
- Viatge de premsa Valencia Boat Show (València 1 – 5 novembre).

📍 RÚSSIA:

- Viatge de premsa My Planet (Costa Blanca / València, 20-29 març).
- Viatge de premsa Moros i Cristians (Alcoi, 20 – 24 abril).
- Viatge de premsa turisme de salut (Benidorm, 23 – 28 abril).
- Viatge de familiarització Good Time Travel (València, 14 i 15 de maig).
- Viatge de premsa Instagramers (Costa Blanca, 10 – 15 juny).
- Viatge de familiarització bodes en la costa (Costa Blanca, 16 – 20 octubre).
- Viatge de premsa Habaneras (Torrevella, 19 – 22 de juliol).

📍 DINAMARCA:

- Viatge de premsa Moros i Cristians (Alcoi, 20 – 24 abril).
- Blog trip Millennials (Benidorm, 23 – 27 agost).
- Viatge de premsa Marató (València, 17 – 20 novembre).

📍 NORUEGA:

- Viatge de premsa Misteri d'Elx (Elx, 11 – 14 agost).
- Viatge de premsa Valencia Boat Show (València, 1 – 5 novembre).

📍 FINLÀNDIA:

- Viatge de premsa Falles.
- Viatge de premsa de dues periodistes finlandeses per cobrir la festa de les Falles.
- Blog trip Millennials (Benidorm, 23 – 27 agost).

📍 SUÈCIA:

- Viatge de premsa Misteri d'Elx (Elx, 11 – 14 agost).

📍 BIELORÚSSIA:

- Viatge de familiarització ABS (Costa Blanca, 30 de maig – 6 de juny).

📍 UCRAÏNA:

- Viatge de premsa TO idriska (Costa Blanca, 6 – 13 maig).
- Viatge de premsa TO TPG (Costa Blanca, 4 – 11 juny).

📍 ESTATS UNITS:

- Viatge de premsa Healthy Aging (Castelló i València, 18 – 25 d'agost).

📍 **REGNE UNIT:**

- Viatge de premsa Family Traveler (València, 19 – 24 d'agost.)
- Viatge de familiarització operadors turístics IAGTO a camps de golf de Comunitat Valenciana (25-28 maig).
- Viatge de premsa observació d'ocells (birdwatching) (15-19 juny).
- Viatge Instagramers (23-26 juny).
- Viatge bloguers (9-12 juliol).
- Viatge de premsa DIVER Magazine (4-8 setembre).
- Viatge influenciadors (influencers) Benidorm Pride (6-10 setembre).
- Viatge de premsa Wallace Collection (13-15 setembre).
- Viatge de premsa Benidorm Chic (21-24 setembre).
- Viatge de premsa a Comunitat Valenciana (22-26 setembre).
- Viatge de premsa revista FABULOUS Magazine (15-18 novembre).
- Viatge de familiarització turisme de naturalesa a Castelló (7-10 setembre).

📍 **IRLANDA:**

- Viatge de premsa amb AER LINGUS, promoció connexió Belfast-Alacant (18-20 maig).
- Viatge de de premsa de la periodista Ros Drinkwater a Castelló (24-28 maig).
- Viatge de premsa Benidorm Chic (21-24 setembre).

📍 **SRAEL:**

- Viatge de premsa Eshet tours (València / Costa Blanca, 25 – 28 abril).

📍 **FRANÇA:**

- Viatge de premsa Càmping (2-10 d'abril).
- Viatge de premsa Benidorm Côte Sud (22-26 maig).
- Challenge Air Europa (25-28 maig).
- Viatge youtuber (1-4 juny).
- Viatge de premsa Le Journal du Parlement (13-17 juliol).
- Viatge de premsa Moros i Cristians (26-28 juliol).
- Viatge de familiarització Thomas Cook (13-15 octubre).

📍 **XINA:**

- Viatge de familiarització Canton, Xina (18-22 d'abril).



Per producte

les accions van ser les següents:

GOLF

- Viatge de familiarització operador turístic MARVELLOUS GOLF (12-15 gener).
- Viatge de familiarització operador turístic holandés 3D GOLF (20-22 gener).
- Viatge de premsa revista noruega Golf AVISEN, periodista Jens Christensen (7-28 gener).
- Viatge de familiarització operators turístics de golf a camps del sud de Comunitat Valenciana (19-22 maig).
- Viatge de familiarització operators turístics IAGTO a camps de golf de Comunitat Valenciana (25-28 maig).
- Viatge de premsa Golf Valencia Premium (27 sep-1 octubre).

ESPORTIU

- Viatge de premsa SUBIDA AL BALI, Benidorm (13-15 maig).
- Viatge de familiarització operators turístics esportius de Noruega (8-11 juny).
- Viatge de premsa DIVER Magazine (4-8 setembre).
- Viatge de premsa espanyola amb motiu de la VOLVO Ocean Race (20-22 octubre).
- Viatge de premsa Marató de València (17-20 novembre).
- Viatge de premsa Play Sports Network (27 nov-2 desembre).

GASTRONÒMIC

- Viatge de premsa i influenciadors especialitzats en producte gastronòmic (22-24 febrer).
- Viatge de premsa i influenciadors especialitzats en producte gastronòmic (10-12 maig).
- Viatge de premsa Diego Salazar (20-30 juny)
- DNA Festival Gastronòmic Dénia (29 setembre-1 octubre).
- Valencia Culinary Meeting (27 febrer-5 març).



7.4. MISSIONS COMERCIALS

- **SUÈCIA:** Missió comercial (Estocolm, 29 – 31 maig).
- **FINLÀNDIA:** Missió comercial (Finlàndia, 31 maig – 1 juny).
- **BÈLGICA:** Missió comercial (16-18 octubre).

7.5. MÀRQUETING EN LÍNIA

- Campanya de promoció en línia I-MEET. USA (gener-febrer).
- Setmana Facebook a Brussel·les (22-28 maig)
- Campanya TRAVELLINK (agost).
- Setmana CV en Travel360 (juny-setembre).
- Setmana CV en Facebook (23-29 octubre).

7.6. ACCIONS FORA DE LÍNIA

- **IRLANDA:** Col·laboració amb la revista irlandesa Destination Golf Spain .
- **HOLANDA:** National Geographic (1 maig).

7.7. ACCIONS PÚBLIC FINAL

- **TÀLIA:** La Spagna a Roma (Roma, 23 – 26 abril).
- **NORUEGA:** Degustació de paella (Oslo, 26 d'agost)
- **PRODUCTE LGBTI:** Carrossa promocional de la Comunitat Valenciana utilitzada tant en World Pride a Madrid, com en el Dia de l'Orgull LGBTI a València.

7.8. PREMIS I CONCURSOS

- **PRODUCTE FAMILIAR:** Lliurament Premis Tour & Kids (14 de desembre).
- **HOLANDA:** Premi Spanje (26-27 febrer).
- **IRLANDA:** Col·laboració amb la Federació Irlandesa de golf (juny).
- **REPÚBLICA TXECA:** IV Concurs relats: Mucho por conocer.

7.9. CONGRESSOS

- **CELEBRACIÓ DEL CONGRÉS CEAV** (1 – 3 novembre).

7.10. MÀRQUETING DE COL-LABORACIÓ I RELACIONS PÚBLIQUES

- Campanya de màrqueting en línia amb la línia aèria JET2.
- Contractació d'una empresa de relacions públiques per al mercat britànic.

7.11. JORNADES MONITOR MERCATS

- **IMPACTE DEL BREXIT EN L'ACTIVITAT TURÍSTICA** (Invat-tur, juny 2017).

Diving • Plongée

ing spots • Sites de plongée

8. ACTIVITATS EN PRODUCTE I TERRITORI

8.1. PROGRAMA CREATURISME

L'Agència Valenciana del Turisme ha engegat per mitjà del Servei de Producte i Territori l'estratègia CreaTurisme per a l'impuls i desenvolupament de nous productes turístics amb la finalitat de crear un ecosistema de productes (oferta experiencial) complementaris als productes bàsics del dossier de la Comunitat Valenciana.

Aquests productes hauran d'ampliar i reforçar la riquesa i diversitat de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana i afavorir la desestacionalització de la demanda i el desenvolupament territorial i sostenible en els seus tres vessants: econòmic, social i mediambiental.

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

A més de la realització d'accions d'estructuració i promoció dels productes durant 2017, s'ha realitzat un estudi per a l'ordenació i prioritització de totes les línies de productes en funció dels factors següents:

- ▶ Alineament amb la política turística .
- ▶ Rendibilitat esperada tant en el seu vessant econòmic com en el social i l'ambiental de cada producte.
- ▶ Capacitat dinamitzadora per a les economies locals i de vertebració territorial de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Capacitat i recursos humans, tècnics i pressupostaris disponibles per part de l'Agència Valenciana del Turisme.
- ▶ Situació actual de l'oferta turística en cada un dels productes i el seu grau de desenvolupament.
- ▶ Demanda actual i potencial de creixement als mercats objectius (nacional i mercats europeus).
- ▶ Governança de col·laboració i protagonisme del sector.

Tenint en compte les característiques i objectius de l'estratègia CreaTurisme, les labors del Servei de Producte i Territori se centren en els anomenats productes emergents i no en els tradicionals, que reben especial atenció des d'altres programes o línies d'actuació de l'Agència Valenciana del Turisme; per això, en funció dels resultats de l'estudi, les característiques dels diferents productes (grau de desenvolupament, tipologia de sector, etc.) i les prioritats de la política turística s'han organitzat les següents línies de treball assignades als tècnics del servei:

- 1. Mediterrani actiu/esportiu amb els productes següents:** turisme actiu-aventura, nàutica i submarinisme, BTT, cicloturisme i ciclisme, senderisme i turisme eqüestre.
- 2. Mediterrani de turisme natural i rural amb els productes següents:** agroturisme, observació d'ocells (birdwatching), parcs naturals, ecoturisme, oleoturisme i enoturisme.
- 3. Mediterrani cultural - itineraris, rutes i xarxes culturals amb els productes següents:** Ruta de la Seda, Territori Borgia, Ruta del Grial, Camins de Dinosauris, Xarxa de Centres d'Art Contemporani, Ruta de Jaume I, Ruta dels Càtars, turisme idiomàtic i Ruta Modernista.
- 4. Mediterrani gastronòmic i saludable.**
- 5. Altres productes segmentats**

Per a l'impuls dels productes inclosos en cada una de les línies, s'ha desenvolupat un model de gestió i organització de l'estratègia que s'estructura entorn dels següents mecanismes o instruments i que facilita la participació de tots els agents clau sota els criteris de governança de col·laboració i coresponsabilitat:

- ▶ Grups de treball de producte: Suposen la fase prèvia al llançament del programa de CreaTurisme. Coordinats pel servei i amb participació d'agents clau. Definirà les regles de joc del producte.
- ▶ Programes de producte: Conformats per les empreses adherides una vegada s'hagen complert els requisits per a la seua participació i, per tant, seran membres de ple dret i se certificaran per mitjà d'un segell CreaTurisme.
- ▶ Comitè de producte: Òrgan de govern del programa de producte. Format per Turisme, els agents clau i una representació d'empreses i/o serveis. Serà responsable de la implementació i desenvolupament del programa de producte i, per tant, dels mecanismes de transferència experiencial (rutes, xarxes...).
- ▶ Segells de producte CreaTurisme: Reconeixement a la participació de les empreses i serveis als programes de producte i el compliment de requisits.
- ▶ Comissió territorial CreaTurisme: Comissió de coordinació dels àmbits territorials implicats en l'estratègia i de governança de col·laboració.

- ▶ Cos de verificació: Tècnics i/o professionals destinats a verificar el compliment dels requisits dels programes de producte CreaTurisme.

Aquest model de gestió s'ha presentat a un ampli conjunt de subsectors turístics a través de no menys de 15 reunions sectorials organitzades des del Servei de Producte i Territori, en què han participat els principals agents clau del sector i se'ls ha instat a formar part dels grups de treball.

8.2. EXPERIÈNCIES CV

En les reunions sectorials també es va presentar a les empreses el projecte Experiències CV com una plataforma oberta d'experiències turístiques en la qual promocionar i posar en el mercat les propostes creades per les pròpies empreses mitjançant un formulari en línia. Aquesta plataforma naix amb l'objectiu de donar visibilitat a l'ecosistema de productes (oferta experiencial) complementaris als productes bàsics del dossier de la Comunitat Valenciana.

Tota la informació rebuda, més de 380 sol·licituds d'experiències, es va processar, es va validar i es va traduir a tres idiomes, cosa que va donar com a resultat els següents materials fora de línia i en línia:

- ▶ **Material fora de línia:** Creació, edició i publicació de 5.000 exemplars de cada un dels quatre fullets temàtics amb les experiències en castellà i anglés (preparats per a la seua difusió també en certàmens internacionals) sota els títols següents:
 - Mediterrani Actiu: 125 experiències.
 - Mediterrani Cultural: 55 experiències.
 - Mediterrani Rural: 59 experiències.
 - Mediterrani Gastronòmic i Saludable: 49 experiències.
- ▶ **Material en línia:** Plataforma web i aplicació mòbil per a dispositius Android i IOS. En les versions en línia s'han inclòs més experiències que en les versions fora de línia, de manera que s'han assolit aproximadament les 350 experiències. Aquesta plataforma permetrà la inclusió de noves empreses i experiències, així com l'actualització de les dades de les existents. La plataforma web i l'aplicació mòbil s'han desenvolupat en 3 idiomes: castellà, valencià i anglés.

► A més d'aquests materials en línia, des del servei s'està treballant en col·laboració amb el Servei de Màrqueting en Línia i Publicitat per al desenvolupament de webs temàtiques de producte, denominades **microsite de producte**, que permetran la publicació de webs específiques per als diferents productes objecte d'impuls des del servei. Aquesta eina donarà suport al site corresponent al producte Oliveres Mil·lenàries com a part dels nostres compromisos en l'impuls de productes transfronterers, tal com es recullen en el conveni de col·laboració subscrit amb Catalunya.



8.3. ACCIONS DESENVOLUPADES PER PRODUCTES

MEDITERRANI ACTIU/ESPORTIU

A. Fires especialitzades:

► Turisme nàutic i aquàtic

- Medsea: 25 i 26 de març de 2017 a Alacant.
- Saló Nàutic de Barcelona: Barcelona de l'11 al 15 d'octubre.
- Valencia Boat Show: celebrada a València de l'1 al 5 de novembre.

► Turisme de busseig

- Salon de la Plongée: París, del 6 al 9 de gener 2017 amb 413 estands i 58.000 visitants.
- Dive Travel Show: Madrid el 4 i 5 de març de 2017. Principal fira de busseig a Espanya.
- Dive Birmingham: Birmingham (Regne Unit) el 21 i 22 octubre de 2017.

► Cicloturisme

- Fiets en Wandelbeurs 11-12 febrer 2017 (UTRECHT).
- Unibike 21-24 setembre 2017 (MADRID).
- València Bike's 10-12 novembre 2017 (València).

B. Accions amb prescriptors especialitzats:

► Busseig

- Viatge de premsa amb Duiken (Holanda), DIVER (Regne Unit) i AQUA per a visitar la fira MEDSEA (25 i 26 de març de 2017 a Alacant).
- Diver: Viatge de premsa individual del 4 al 7 de setembre per a la principal revista de busseig al Regne Unit.

► Nàutica

- Del 18 al 21 d'abril, viatge de premsa amb NAUTICA, Bèlgica.
- Viatge de familiarització a la Marina de València, l'11 abril, organitzat per l'Associació d'Empresaris de la Marina de València.
- Viatge de familiarització a la Marina de Dénia, el 5 de juliol, organitzat pel Centre d'Activitats Nàutiques Marina de Denia.

► **Senderisme**

- Viatge de familiarització operadors turístics belgues; senderisme Castelló.
- Viatge de familiarització operadors turístics; Costa Blanca.

C. Altres accions promocionals:

- Participació en les jornades de portes obertes "Obrim el Mar", de la Federació de Vela de la Comunitat Valenciana, les quals es van realitzar l'1 maig de 2017.
- Participació en el III Simposi Nacional de Clubs Nàutics, que es va celebrar a Alacant el 6 i 7 d'octubre de 2017.
- Participació en les reunions de coordinació del grup de treball Eurovelo 8, juntament amb les diferents CA involucrades en el projecte.
- Jornada sobre turisme actiu a Venta del Moro. Amb la participació del SAT, l'ajuntament i empreses de turisme actiu. Es va tractar la problemàtica del sector i la zona.

D. Materials per a la promoció turística:

► **Turisme Actiu**

- Realització de la guia Turismo activo y de naturaleza. Comunitat Valenciana, amb informació de senderisme, escalada, cicloturisme, centres BTT, turisme eqüestre, ornitologia i altres esports. Aquesta guia està editada i impresa en 6 idiomes (castellà, anglés, valencià, alemany, francès i holandés).

► **Busseig**

- Mapa d'immersions. El mapa d'immersions. Busseig compila una descripció de les 30 millors zones de busseig de la Comunitat.
- Reimpressió de la guia de busseig i snorkel, de 126 pàgines, en castellà i anglés.

► **Activitats nàutiques**

- Reimpressió de la guia de 104 pàgines en castellà i anglés.

► **Turisme eqüestre**

- Disseny del desplegable Turisme eqüestre a la Comunitat Valenciana (pendent d'impressió), en col·laboració amb el Politècnic de València i en el marc del conveni subscrit amb aquesta entitat.

► **Cicloturisme**

- Guia cicloturisme de la Comunitat Valenciana.
- Vies verdes de la Comunitat Valenciana.

MEDITERRANI TURISME NATURAL I RURAL

A. Fires especialitzades

► **Turisme ornitològic**

- FIO: Durant la fira, que va tindre lloc a la fi de febrer, es va realitzar per primera vegada una presentació al públic assistent de les possibilitats del turisme ornitològic que ofereix la Comunitat Valenciana.
- MadBird (juny): En 2017, s'ha assistit per primera vegada a aquesta fira que es realitza al centre de Madrid. Es tracta d'una fira de públic.
- British Birdfair (agost): La Comunitat Valenciana assisteix a aquest certamen a l'empara de Turespaña, juntament amb altres comunitats autònomes, ja que no disposem d'estand propi.
- Delta Birding Festival (setembre): Es va assistir per primera vegada a aquest festival que es realitza al setembre en la localitat tarragonina de Deltebre.
- Albufera de les Aus (octubre): Les principals entitats relacionades amb l'Albufera i l'ornitologia valenciana (Societat Valenciana d'Ornitologia, SEO/BirdLife Comunitat Valenciana, Fundació Assut, Patronat de Turisme...) van organitzar aquest esdeveniment durant els dies 6 al 9 d'octubre.

B. Accions amb prescriptors especialitzats

► **Turisme ornitològic**

- Viatge de familiarització Humedales del Sur (març): L'Agència Valenciana del Turisme participa en un viatge de familiarització amb la participació de mitjans especialitzats, amb la finalitat de conèixer l'oferta de turisme ornitològic i ecoturisme del Camp d'Elx, el Fondo i Tabarca.
- Viatge de familiarització dirigit al personal d'oficines de turisme de la província d'Alacant perquè coneguen el producte. El Viatge de familiarització es va dur a terme a Guardamar del Segura.
- Viatge de premsa ornitològic (juny): Participació de sis periodistes procedents del Regne Unit, Irlanda i Suècia.

► **Ecoturisme**

- Viatge de familiarització xarxa de Tourist Info "paisatges en flor".

C. Altres accions promocionals:

► Turisme ornitològic

- Organització de cursos de formació dirigits al personal del sector turístic perquè coneguen el producte de turisme ornitològic.

► Agroturisme

- Conveni amb la Federació Valenciana de Cooperatives Agroalimentàries per a l'elaboració d'un manual de creació de producte turístic agroalimentari.
- Participació en **la jornada** "Nous Reptes del Cooperativisme Agroalimentari".
- Participació com a docent en un **curs de formació** d'agroecoturisme organitzat per la Conselleria d'Agricultura.

► Ecoturisme

- Assistència al **II Congreso Nacional de Ecoturismo de España** (novembre), organitzat per la Secretaria d'Estat de Turisme i el Club de Ecoturismo de España.
- Per mitjà del Pla operatiu de Turespaña es va publicar un **reportatge sobre orquídiessilvestres a la Comunitat Valenciana** en la revista National Geographic holandesa.

► Xarxa de Centres d'Art Contemporani a l'àmbit rural de la Comunitat Valenciana

- Al juny, es va realitzar la presentació a Vilafamés de l'estudi, elaborat en 2016, per a la proposta de creació de producte turístic entorn de centres d'art contemporani situats en l'àmbit rural valencià.
- Participació en les II Jornades d'Afirmació de la Nova Ruralitat, realitzades a Benlloc i organitzades per la Universitat Jaume I.

► Oleoturisme

- Fruit del conveni marc signat amb Catalunya per a la promoció del producte d'Oliveres Mil·lenàries, s'ha realitzat juntament amb aquesta comunitat un estudi per a la creació de producte turístic en el Territori Sénia.
- Col·laboració amb la Unitat de Publicitat en la creació de continguts per a reportatges sobre el producte.

► Rural

- Jornades de comercialització del turisme d'interior de la Comunitat Valenciana. Es van dur a terme tres jornades (una per província), fruit del conveni amb l'associació d'allotjament d'interior TEMPS, en les quals es van presentar experiències d'èxit en allotjament rural enfocat a producte i es va presentar l'estratègia CreaTurisme.
- Elaboració de l'Anàlisi i desenvolupament de l'estratègia d'adaptació de l'oferta d'allotjament en l'entorn rural de la Comunitat Valenciana a les noves tendències i demandes del mercat turístic.

► Astroturisme

- Per a l'impuls i desenvolupament del producte d'astroturisme, s'han mantingut reunions diverses amb representants de la destinació Starlight Gúdar-Javalambre (ajuntaments valencians) per a coordinar actuacions.

D. Materials per a la promoció turística:

► Turisme ornitològic

- Reedició del fullet desplegable: incorporació de més imatges i canvi d'imatge de la portada, mapa, etc.
- Creació d'un fullet d'experiències específic per a la fira British Birdfair.

MEDITERRANI CULTURAL: ITINERARIS, RUTES I XARXES CULTURALS

A. Accions amb prescriptors:

► Turisme idiomàtic

- Viatge de familiarització idiomàtic de l'11 al 14 d'octubre en col·laboració amb FEDELE, integrat per 12 agents especialitzats en el segment d'estades lingüístiques a l'estranger, procedents de 7 països.

B. Altres accions promocionals

► Territori Borgia

- Difusió per streaming (reproducció en temps real) de l'òpera Lucrezia Borgia per a conèixer la Ruta dels Borgia a través de l'òpera. Disponible durant 6 mesos.
- Presentació a la premsa en les Corts de la col·lecció de moda inspirada en la família Borgia, realitzada pel dissenyador Suay i anomenada Coratge.

► Ruta del Grial

- Signatura d'un protocol de col·laboració amb el Govern d'Aragó per a realitzar accions conjuntes de turisme, entre les quals la Ruta del Grial.
- Enviament a 400 operadors turístics xinesos del vídeo de la Ruta del Grial i organització de la visita de l'ambaixador xinès a Espanya, i de la consellera de Cultura de l'ambaixada a la capella del Grial.

► Ruta de la Seda

- Presentació a institucions i professionals del sector de les noves publicacions i vídeos de difusió de la ruta, així com el còctel Ruta de la Seda, expressament creat per Fotur per a aquest projecte.
 - Presentació del projecte **Ruta de la Seda** al Consell Valencià de Cultura a càrrec del secretari autonòmic de Turisme.
 - Per a donar a conèixer els materials de difusió de què es disposa, se'n va fer un enviament a les entitats signatàries del protocol de la Ruta de la Seda, directors de museus i a la resta de recursos que apareixen en la guia, així com als grups parlamentaris de les Corts.
 - **València Task Force Silk Road Programme** (OMT): La reunió anual dels 33 països membres del programa de la Ruta de la Seda, la denominada Task Force, es va realitzar a la ciutat de València els dies 29 a 31 de març de 2017.
- La Task Force és una trobada mundial programada per l'Organització Mundial del Turisme (OMT), en el marc del seu Programa Ruta de la Seda, orientat a generar una notorietat global d'aquesta ruta i a fomentar el desenvolupament sostenible, responsable i competitiu del turisme mundial.
- Participació en el **2n Workshop del programa de la ruta occidental de la seda de la UNWTO** (OMT), celebrat els dies 27 i 28 de juny a Sofia (Bulgària).
 - **Capacity Building Programme** (València, 20-30 de novembre del 2017): Realització de la part presencial del curs de formació i capacitat sobre la ruta de la seda, dirigit a professionals del sector que estiguen treballant o aspiren a treballar en l'impuls a la Ruta de la seda.
 - **XIII Multaqa de les Cultures**: Coordinació de les actuacions iniciades a conseqüència del conveni signat amb el centre UNESCO/València.
 - **Passarel·la de les Arts** (3a edició): L'AVT va participar en l'esdeveniment amb la creació d'un audiovisual sobre la Ruta de la Seda i la moda i en la realització d'una exposició en el museu L'Iber durant la celebració de la Passarel·la amb panells explicatius de la Ruta de la Seda a València.

► Altres accions

- **Curs d'Especialització en Turisme Cultural organitzat per la Fundació la Canyada Blanch.**
- **Premis EDEN**: L'Agència Valenciana del Turisme va proposar a la Secretaria d'Estat de Turisme la candidatura de Sagunt, amb el seu projecte "Sagunt, suma de cultures", que va ser seleccionat com un dels tres finalistes, la qual cosa significa que ha passat a formar part de la Xarxa Europea de Destinacions EDEN.
- **Jornada sobre Sostenibilitat del Turisme a l'Euroregió de l'Arc Mediterrani.**
- **Capitalitat Cultural Valenciana**: L'Agència Valenciana del Turisme ha participat en la Comissió de Valoració de la Capital Cultural Valenciana, creada per la Secretaria Autonòmica de Cultura. Els municipis finalment triats van ser Potries, per a la modalitat de poblacions de menys de 5.000 habitants, i Sagunt per les de més de 5.000.
- **Mesa de Turisme Cultural**: L'any 2017, aquesta mesa es va reunir en diverses ocasions i entre les activitats engegades o realitzades cal destacar l'elaboració d'un informe de diagnòstic de turisme cultural i el desenvolupament d'una aplicació mòbil amb l'agenda cultural global de la ciutat de València.



C. Materiales para la promoción turística

► Territori Borgia

- Nova versió del fullet Ruta dels Borgia adaptat a l'anglès.
- Desenvolupament de la marca Territori Borgia i la seua presentació als municipis integrants.
- Creació d'una aplicació mòbil consistent en una ludopublicitat (advergaming) sobre el Territori Borgia.

► Ruta de la Seda

- Edició de 9.000 unitats en 5 idiomes (valencià, anglès, francès, italià i xinès) de la guia València, ciutat de la seda.
- Edició d'un full de mà (flyer) sobre la Ruta de la Seda en xinès com a suport per a actuacions del Pla Xina.
- Edició del llibre-disc Ruta de la seda i adquisició de 150 unitats d'aquest.

► Ruta del Grial

- Nova versió del fullet Ruta del grial adaptat a l'anglès.
- Desenvolupament de la marca Ruta del Grial.

► Rutes Jaume I

- Es van realitzar els continguts i la maquetació d'una guia turística de 64 pàgines que inclou, a més d'una biografia i la cronologia de Jaume I, 22 rutes amb una descripció de cada una de les ciutats capçalera de cada ruta.

► Ruta dels Càtars

- Edició d'un full de mà (flyer) en valencià i castellà.

ALTRES PRODUCTES SEGMENTATS

A. Fires especialitzades:

► LGBTi

- En la 6a edició de FITUR LGBTI a Madrid.
- En el Pink Corner d'ITB de Berlín.
- El World Pride Park de Madrid.
- El Christopher Street Day (CSD) d'Hamburg.

► Luxe

- Participació en la fira ILTM (Int'l Luxury Travel Market) de Canes amb Turespaña.

► MICE

- IMEX FRANKFURT (Alemanya).
- IMEX LAS VEGAS (Estats Units).
- IBTM WORLD BARCELONA (Espanya).

B. Accions amb prescriptors especialitzats:

► LGBTi

- Participació en viatges de familiarització i viatges de premsa, en col·laboració amb les destinacions, dirigits a promocionar-les com a destinacions turístiques gay-friendly.
- La principal acció ha comptat amb la col·laboració en un blog trip multimercat de Benidorm amb motiu del Benidorm Pride del mes de setembre.

► MICE

- Viatge de familiarització d'operadors xinesos a València ciutat, organitzat per l'OET a Cantó i Pequín.
- Viatge de familiarització d'operadors xinesos a la Comunitat Valenciana, organitzat per l'OET a Cantó.
- Viatge de familiarització d'operadors indis a la Comunitat Valenciana, organitzat per l'OET a Bombai.
- Viatge de familiarització a València de l'operador turístic angloamericà, resident a Madrid, Cor Travel.

C. Altres accions promocionals:

► LGBTi

- Participació un any més com a destinació en l'Associació Internacional per al Turisme de Gais i Lesbianes (IGLTA, per les seues sigles en anglès) que celebra anualment la Convenció Mundial de Turisme LGBTI (33 edicions).
- Participació, mitjançant l'organització i tematització d'una de les carrosses, en la cavalcada de l'Orgull LGBTI 2017 que se celebra a València per a donar publicitat a la resta de festes de l'Orgull LGBTI que se celebren a Benidorm, Alacant, Gandia, etc.
- Participació, per mitjà de l'organització i tematització d'una de les carrosses, en la cavalcada de l'Orgull LGBTI 2017 que se celebra a Madrid (el World Pride).
- Convocatòries i establiment d'una comunicació bidireccional no només amb les associacions reivindicatives LGBTI (Col·lectiu Lambda, Samarucs, COLEGA, CLGS, Som Diversitat, etc.), sinó també amb AVEGAL (Associació d'Empreses i Professionals per a Lesbianes, Gais, Transsexuals i Bisexuals de la Comunitat Valenciana).
- Preparar, a llarg termini, una estratègia de promoció de la Comunitat Valenciana com a destinació de turistes LGBTI, aprofitant les sinergies que puguin produir-se amb motiu de la celebració del WORLD PRIDE 2017 a Madrid.

► Luxe

- Col·laboració amb el clúster o associació d'empreses valencianes Valencia Premium en nombroses accions promocionals.

► MICE

- Pure Meetings & Events Paris.
- M&I Forum Sevilla.
- Jornadas inversas profesionales MICE mercat xinés a Madrid de Turespaña.
- Presentació turisme MICE Comunitat Valenciana a India amb Turespaña .

D. Materials per a la promoció turística:

► LGBTi

- Elaboració de continguts per a una guia completa de l'oferta LGBTi-friendly de la Comunitat Valenciana.
- Actualització, reedició i impressió dels plans LGBTi de les ciutats de València i Benidorm i edició d'un de nou sobre la ciutat d'Alacant.
- Realització de fotografies turístiques promocionals de tot el segment LGBTi consumint productes turístics de la Comunitat Valenciana (sol i platja, compres, gastronomia, cultura, oci, etc.), posant l'accent en la diversitat de sexes i edats.
- Col·laborar amb la difusió d'esdeveniments dirigits al públic LGBTi per mitjà de l'estratègia de xarxes socials específiques LGBTi de l'Agència Valenciana del Turisme (Facebook i Instagram).

► MICE

- Gestió de continguts i manteniment de la pàgina de Facebook Comunitat Valenciana MICE.
- Gestió de continguts i coordinació del perfil de la Comunitat Valenciana a la xarxa social MICE americana i-MEET.
- Redacció, traducció, maquetació i edició en format electrònic del document de suggeriments d'incentius a la Comunitat Valenciana denominat "The Region of Valencia, a great incentive travel destination".
- Anàlisi de recursos i creació de continguts dels hotels que componen l'oferta MICE de la Comunitat Valenciana per a afegir-los a la guia MICE de la Comunitat Valenciana.
- Creació i traducció a l'anglès d'una vídeo presentació de l'oferta MICE de la Comunitat Valenciana.



9. ACTIVITATS EN PUBLICITAT, MÀRQUETING EN LÍNIA I COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA

9.1. CAMPANYES PUBLICITÀRIES

1. Campanya turística de la Comunitat Valenciana 2016-2017, (Mediterrani en Viu)

La campanya de difusió de l'oferta turística de la Comunitat en mitjans de comunicació es va iniciar el 20 de juliol de 2016. El període executat durant 2017 compren des de l'1 de gener fins al 20 de juny de 2017. La campanya s'ha anunciat en mitjans nacionals i de la Comunitat Valenciana i ha tingut en 2017 una especial incidència en el període de Fitur, els tres caps de setmana anteriors a la Setmana Santa, la Setmana Santa, el pont de maig i els cinc caps de setmana del mes de maig.

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

- ▶ En TV s'emeten espots genèrics de 20 i 30 segons i espots de productes de 20 segons, 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.

2. Campanya d'Hospitalitat

A. Creativitat

L'eix de comunicació al voltant del qual gira la creativitat de la nova campanya Contagia la teua Hospitalitat, s'utilitzarà en accions de comunicació en mitjans i en accions formatives i de conscienciació, i pretén posicionar la Comunitat Valenciana com una destinació diferencial, on el visitant se senta còmode i ben acollit, on el tracte siga un factor diferenciador que permeta potenciar i millorar els nivells de satisfacció del turista en destinació, i que consciencie els professionals del sector i la societat en general de la importància de la bona atenció al visitant, perquè "el turisme és cosa de tots".

La campanya compta amb espots que s'emetran en TV i en les xarxes socials, a més de quatre vídeos d'un minut aproximadament sobre àrees professionals (hostaleria, allotjament, serveis i informació turística), i d'un vídeo per a presentacions, xarxes socials i accions formatives.

La gràfica per a mitjans escrits tradicionals i en línia compta amb productes visuals que representen un gran nombre de professions turístiques o indirectament relacionades amb el turisme: recepcionista d'hotel, grum, socorrista, taxista, personal d'informació turística, policia, serveis de neteja urbana, guia de turisme, professionals d'hostaleria, cambrera i cuiner, enòleg, propietaris d'allotjaments rurals, estudiants de turisme, un ciutadà de la Comunitat i turistes.

Així mateix, s'ha elaborat un distintiu per a establiments turístics, comerços, taxis, etc., amb la finalitat de promoure els valors d'acolliment i amabilitat en aquests espais. Un distintiu que, amb el missatge "Sóc ambaixadora d'hospitalitat" o "Sóc ambaixador d'hospitalitat", vol fer partícips als professionals i a la societat de la importància d'un tracte de qualitat i satisfactori que contribuïska al fet que els turistes recomanen la Comunitat Valenciana entre els seus familiars i amics.

B. Campanya Hospitalitat en mitjans per a la difusió del missatge: "Contagia la teua hospitalitat"

L'objecte de la contractació és la planificació i compra de mitjans d'una campanya de publicitat compresa entre els exercicis 2017 i 2018, per a la difusió dels valors de l'hospitalitat a la Comunitat Valenciana. En aquesta campanya estan inclosos els suports següents: televisió, ràdio, premsa, digital (aplicacions, xarxes socials, premsa en línia) i publicitat exterior.

3. Campanya en mitjans per a la difusió dels productes turístics de la Comunitat Valenciana - CreaTurisme

L'objecte és la compra de mitjans per a una campanya de publicitat d'àmbit Comunitat Valenciana i nacional per a la difusió dels productes turístics de la Comunitat Valenciana – CreaTurisme.

La campanya se centra en la difusió del producte associat a Mediterrani Rural (senderisme, turisme rural, BTT, observació d'aus, etc.), MICE, Cultural i Urbà (turisme cultural, urbà, festes i festivals, congressos i incentius, etc.), Social (LGBTI, accessible, etc.) Salut i Esportiu (nàutic, wellness, busseig, maratons, etc.), Sol i Platja (vacacional, familiar, etc.), Gastronomia i Enoturisme (gastronomia, festes relacionades amb productes gastronòmics, enoturisme, oleoturisme, etc.), i la resta de productes. La campanya s'ha distribuït en tres onades: Ponts i caps de setmana, Promoció productes turístics i Nadal.

4. Campanya en mitjans per a la promoció de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana amb motiu de la celebració de l'eixida de la Volvo Ocean Race a Alacant

L'objecte és la compra de mitjans per a una campanya de publicitat de ràdio d'àmbit Comunitat Valenciana i nacional amb motiu de la celebració de l'eixida de la Volvo Ocean Race a Alacant.

La campanya fa referència a la promoció turística de la Comunitat Valenciana relacionada amb l'esdeveniment concret de la celebració de l'eixida de la Volvo Ocean Race a Alacant. Per a aquesta campanya es va comptar amb una falca de ràdio específica, a més d'accions de brand content centrades en l'objecte de campanya.

La campanya es va dur a terme del 4 al 22 d'octubre de 2018.

5. Campanya contra l'Intrusisme en Allotjaments Turístics a la Comunitat Valenciana

Una de les prioritats fonamentals de l'Administració turística valenciana és la lluita contra l'intrusisme i la competència deslleial en el sector dels habitatges turístics, així com la defensa dels drets dels consumidors i usuaris. Per això, es decideix engegar una campanya publicitària en la qual es pose l'accent en l'associació entre la qualitat i la legalitat turística dels establiments turístics de la Comunitat Valenciana.

Per a fer-ho, es realitza una campanya de publicitat específica contra l'"intrusisme a la Comunitat Valenciana", que consisteix en la realització d'insercions en premsa digital i escrita, així com falques de 20" en ràdio.

La campanya es va realitzar del 20 al 24 de novembre.

6. Campanya de publicitat per a la promoció de la gastronomia de la Comunitat Valenciana i la difusió del festival gastronòmic de caràcter internacional D*NA Festival Gastronòmic Dénia

El festival D*NA és un certamen gastronòmic de dimensió internacional que naix en 2017 i que posiciona la Comunitat Valenciana com a referent de la gastronomia a nivell internacional. En aquest festival participen xefs de reconegut prestigi i es promocionen els productes agroalimentaris de la Marina Alta i de la Comunitat Valenciana.

Per això, s'engega una campanya de publicitat a fi de donar a conèixer l'esdeveniment D*NA FESTIVAL GASTRONÒMIC DÉNIA, mitjançant la realització d'insercions en premsa digital, escrita i ràdio. La campanya va tindre lloc entre el 20 i el 29 de setembre.

9.2. ACTUACIONS DE PUBLICITAT

1. 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. Aquestes insercions fora de campanya han tingut com a objectiu el reforç comunicatiu que complemente les actuacions de la campanya i facilite la difusió de l'estratègia de producte de l'Agència Valenciana del Turisme.

Durant 2017 es van realitzar: 8 insercions en revistes en línia i fora de línia, 4 insercions en un total de 9 diaris de premsa en línia i fora de línia i 1 contractació en ràdio.

2. Pòsters de la campanya turística "Mediterrani en Viu"

Com a complement a la campanya publicitària "Mediterrani en Viu", i amb la finalitat de difondre les gràfiques amb imatges de campanya i amb algunes altres representatives de paisatges i productes turístics de la Comunitat Valenciana, es maqueten diverses creacions des de la unitat de publicitat i s'envien a produir 25.200 pòsters de grandària 50 x 70, de 18 models diferents, en valencià i castellà i en proporcions iguals per a les tres províncies. Es comencen a distribuir en conselleries i altres centres públics per a la seua exhibició en diversos llocs.

3. Renovació de la imatge dels espais promocionals de l'Agència Valenciana del Turisme als aeroports de València i Alacant

En setembre del 2016 es va signar un conveni de col·laboració amb AENA per a la realització d'actuacions de promoció de la Comunitat Valenciana en espais dels aeroports de València i Alacant. Mitjançant aquest conveni, es van instal·lar suports publicitaris per a la promoció institucional de la Comunitat Valenciana. Per això, en 2017 es considera necessària la renovació i ampliació d'aquests espais cedits per AENA en el marc d'aquest conveni, es restructura un panell amb estructura retroil·luminada i es confecciona i es col·loca una nova lona a l'aeroport de València. Així mateix, es renoven els vinils a l'aeroport d'Alacant, tot això amb dissenys de la campanya turística de la CV.

4. Creació del claim "Sempre oberta" per a fomentar la desestacionalització turística a la Comunitat Valenciana i adaptació de suports publicitaris per difondre-ho

Cada vegada existeixen més turistes que planifiquen viatges fora de les temporades vacacionals tradicionals. De la mateixa manera, un gran nombre de turistes realitzen viatges curts en caps de setmana i ponts atrets per productes turístics amb entitat pròpia, amb independència de la temporada estival i de la meteorologia.

Amb la finalitat d'incrementar les visites i potenciar els productes turístics fora de les temporades vacacionals tradicionals, es considera necessària la creació d'un missatge que done suport a les accions desenvolupades per a una major desestacionalització de l'activitat turística a la Comunitat Valenciana, així com l'adaptació de diferents suports publicitaris amb els quals impulsar aquest missatge, vídeo i gràfiques.

Per això, es crea un missatge per a fomentar la desestacionalització de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana, "Sempre oberta", en referència al caràcter càlid i obert de la Comunitat Valenciana i en convivència amb els missatges "Mediterrani en viu" i "Contagia la teua hospitalitat" de les campanyes homònimes, i que al mateix temps es puga utilitzar tant de forma aïllada i amb entitat pròpia com al costat del logotip turístic Comunitat Valenciana.

Es representa gràficament amb la forma del sol (cercle i raigs) i la forma singular del cor. L'hospitalitat i la humanitat es reforcen amb una tipografia de tipus manual, a més de l'adaptació d'un vídeo promocional.

5. Traducció i locució al xinés d'un vídeo promocional de la Comunitat Valenciana

L'Agència Valenciana del Turisme està desenvolupant una estratègia amb l'objectiu d'aconseguir un millor posicionament com a destinació per al turisme xinés. Entre altres propostes, destaca la promoció del producte de la Ruta de la Seda i diverses presentacions i jornades en destinació.

És per això que es procedeix a la traducció al xinés d'un guió i la seua posterior locució per un vídeo promocional de la Comunitat Valenciana per a la seua difusió en accions promocionals de l'Agència Valenciana del Turisme a Xina.

6. Traducció i locució a italià d'un vídeo promocional de la Comunitat Valenciana

L'any 2017 es plantegen diverses accions promocionals per a realitzar en el mercat italià.

Amb la finalitat de disposar de material audiovisual enfocat a la promoció de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana a Itàlia, es considera necessari traduir i adaptar el vídeo promocional divulgatiu a l'italià.

Per això, es procedeix a la traducció a l'italià d'un guió i a la seua locució per a un vídeo promocional de la Comunitat Valenciana per a difondre'l en diverses accions promocionals a Itàlia.

7. Adaptació de la campanya nadalenca institucional "El Nadal és Valencià" i enregistrament d'una falca de ràdio amb motiu de la campanya nadalenca associada a la campanya de CreaTurisme

Amb la finalitat de promocionar la Comunitat Valenciana i la seua oferta de productes turístics en el període nadalenc mitjançant la campanya de publicitat de CreaTurisme, es considera necessari gravar una falca de ràdio en castellà i valencià per a emetre-la durant aquest període. Així mateix, es realitzen creacions per a la campanya de Nadal adaptades a diversos formats, cartells, baners i portades de xarxes socials, tot això seguint la línia de la campanya institucional de la Generalitat Valenciana, "El Nadal és Valencià".

8. Altres actuacions

- ▶ Locució d'espots de producte Mediterrani en Viu en valencià.
- ▶ Reedició del vídeo Ruta dels Borgia.
- ▶ Edició del vídeo promocional Patrimoni de la humanitat.
- ▶ Participació en el Festival de Cinema Terres de Catalunya
- ▶ Realització i edició de vídeos i assessorament en la producció de vídeos.
- ▶ Disseny i adaptació de panells per a fires i actes promocionals.



9. Col·laboració en la promoció de productes i destinacions, i en l'execució de 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 actuacions que tenen com a objectiu la difusió i promoció de productes turístics de destinacions de la Comunitat Valenciana, i a aquelles altres actuacions de màrqueting dirigides a mercats d'interés prioritari per a les associacions que les promouen.

A aquests efectes, en 2017, l'Agència va signar 30 convenis de col·laboració.

9.3. MÀRQUETING EN LÍNIA

Portal turístic comunitatvalenciana.com

El portal turístic www.comunitatvalenciana.com va rebre en 2017 una mica més de 6 milions de visites de gairebé 1,5 milions d'usuaris procedents principalment d'Espanya (gairebé el 64,33 %) i dels mercats emissors més madurs per a la Comunitat Valenciana; això és, França (6,59 %), el Regne Unit (6,52 %), Alemanya (5,79 %), Bèlgica (2,31 %) i Holanda (1,81 %); si bé les visites van procedir de 208 països diferents.

Un any més, la secció del portal més visitada ha sigut la xarxa de càmeres web de la Comunitat Valenciana, amb un 54 % del total de visites, percentatge superior al de l'exercici 2016 (49,39 %), seguida per l'agenda d'esdeveniments, amb un 7 % (inferior al de l'exercici 2016, que va arribar al 8,33 %).

Durant 2017, s'ha canviat la tendència dels últims exercicis en els quals el mòbil i la tableta anaven guanyant punts percentuals a l'ordinador. En 2017, gairebé el 58 % de les visites es van fer des del PC (contra quasi el 48 % del 2016), mentre que el mòbil va ser usat en gairebé el 33 % de les visites (40 % en 2016) i la tauleta mòbil en gairebé el 9,5 % (contra quasi el 12 % en 2016).

Durant l'exercici 2017, el portal ha continuat sent l'entorn per a promocionar la destinació Comunitat Valenciana; per això i per tindre una pàgina d'inici més atractiva i concorde amb les tendències actuals, en la qual tinga un presència millor l'OFERTA TURÍSTICA, es van dur a terme els treballs de modificació d'aquesta –que realment es va desplegar el 10 de gener de 2018.

El butlletí setmanal (i-newsletter) compta amb una mica més de 14.500 subscriptors actius.

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 propi Geoportal.

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

En 2017, s'ha continuat amb la gestió dels elements del portal i el manteniment dels nombrosos serveis disponibles per al turista, entre d'altres:

La xarxa de càmeres web

La xarxa de càmeres web en l'actualitat està formada per 79 càmeres distribuïdes per tota la Comunitat Valenciana: 35 a la província d'Alacant, 19 a la província de Castelló i 25 a la província de València.

Durant el segon semestre del 2017 s'ha continuat amb el manteniment de la xarxa i s'han iniciat les proves d'emissió per a reproducció en temps real (streaming) amb alguna càmera del model més actual, i s'ha analitzat l'estat actual de la xarxa, amb el propòsit d'escometre la millora dels equips i passar les línies a fibra per a augmentar el cabal de pujada de dades en aquells punts en què siga possible.



ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING EN LÍNIA PER A LA COMUNITAT VALENCIANA 2017-2018

El mes de maig va marcar l'inici de la implementació d'una estratègia de màrqueting en línia per a la Comunitat Valenciana, de 15 mesos de durada, que va permetre fer un gran esforç de promoció per a la campanya de l'estiu de 2017 i els ponts d'octubre i de desembre de 2017.

L'estratègia de màrqueting en línia s'ha dividit en **dos grans blocs**:

A. Màrqueting de continguts

1. Realització de **7 accions en Facebook Live** amb dos periodistes valencians: Carolina Ferre i Eugeni Alemany:

- ▶ Juny 2017. Les Fogueres d'Alacant. C. Ferre
- ▶ Julio 2017. El desembarcament de Moros i Cristians de la Vila Joiosa. C. Ferre
- ▶ Agost 2017. La Tomatina de Bunyol. E. Alemany.
- ▶ Setembre 2017. La Entrada de Toros y Caballos de Segorbe. C. Ferre.
- ▶ Octubre 2017. Volvo Ocean Race a Alacant. E. Alemany.
- ▶ Novembre 2017. La Marató de València. E. Alemany.
- ▶ Desembre 2017. La Fira de Xixona. C. Ferre.

Tots els LIVE 2017 van superar els **21.000 usuaris**, amb pics màxims de fins a **49.300 usuaris per vídeo**, que van sumar entre tots un total de **144.100 usuaris impactats** i **12.322 reaccions** generades (rècord de tots els FB Lives). Però va ser el LIVE de desembre, la Fira de Xixona, el que **més espectadors va tindre** i, sobretot, **més interacció en temps real va generar**, ja que es va aconseguir el rècord de 2.825 reaccions en un sol dia.

2. Xarxa de blogs. Durant 2017 s'ha continuat amb la gestió de la xarxa de **5 blogs esportius** en idioma espanyol.

La xarxa de blogs esportius durant l'any 2017 va aconseguir les **117.022 visites**.

Gairebé el 72 % de les visites van ser d'usuaris d'Espanya, mentre que la resta, com en anys anteriors, van ser d'Argentina, Mèxic, Colòmbia i Xile –el mateix ordre que en 2016.

3. Màrqueting en xarxes socials. L'estratègia en xarxes socials se centra en Facebook, Twitter, Instagram i el canal YouTube –es decideix no invertir esforços en Google+ i en Pinterest–. En cada una de les xarxes es publica amb una cadència concreta segons el mes d'any.

- ✓ FB és la xarxa del contingut.
- ✓ TW és la xarxa per a la conversa.
- ✓ INT és la xarxa de les emocions fotogràfiques i visuals, i.
- ✓ YT és la plataforma de vídeo social orientada a la viralització dels continguts en vídeo.

És important el pas que es dona en Facebook, on es passa a tindre una Global page amb els posts publicats en versions idiomàtiques en anglés, francés i alemany.

També han sigut importants les **tres accions de ludopublicitat (advergaming)** executades durant l'exercici:

PRIMERA #UnDjParaMiEn 8 caps de setmana d'estiu / 8 sessions de DJ a les platges de la CV.



L'acció va aconseguir bons resultats quant a abast i participació, especialment a l'agost a partir del canvi en la dinàmica de participació (es va deixar d'usar Easypromo), usant un simple Like com a eina de participació.

Els POST de la promoció van arribar a més de 223.000 usuaris, cosa que va generar 3.984 reaccions i va mobilitzar 2.288 participants en aquesta acció.

Van destacar, pel nivell de participació i abast aconseguit, les accions realitzades a: Quiosquet Dharma, de Castelló; La Més Bonica, a La Patacona de València, i Marina Beach, a València per aquest ordre.



SEGONA

El curt Mediterranis llançat en el marc de la WTM Londres, en novembre del 2017:



TERCERA

El blogtrip GastroBloggers Bajo las estrellas, novembre de 2017 (hi participaren 20 bloguers).



- Aquesta acció va tindre un abast de:
- ✓ **WEB:** 15 reportatges
 - ✓ **FACEBOOK:** 24 post
 - ✓ **TWITTER:** 80 tuits
 - ✓ **INSTAGRAM:** 77

A nivell quantitatiu, en les xarxes socials es van generar més de 20 milions d'impressions. La qual cosa avala quantitativament l'èxit de l'acció. Cal destacar també l'alt nombre d'interaccions aconseguides especialment en perfils amb molts de seguidors i gran compromís (engagement), però sobretot amb un targete coincident amb el desitjat per la marca.

Anàlisi quantitativa de xarxes socials al tancament d'any, 2017:

- ✓ **194.696** fans en Facebook.
- ✓ **98.887** followers en Twitter.
- ✓ **28.598** seguidors en Instagram.
- ✓ **1.927** subscriptors en YouTube.

Anàlisi qualitativa de xarxes socials al tancament d'anys, 2017:

- Facebook**
- ✓ Abast orgànic mitjà per post: 74.724 usuaris impactats.
 - ✓ Mitjana d'interaccions mensuals: 1.894 reaccions.
 - ✓ Taxa de compromís (engagement rate) 2,22 %.
 - ✓ Top 3 de les Fanpages turístiques espanyoles (després de Catalunya i Canàries).
 - ✓ En 2017 ens han seguit més dones (62 %) que homes (38 %).
 - ✓ El rang d'edat dels nostres seguidors és majoritàriament de 25-44 anys.

Twitter

- ✓ Mitjana d'impressions mensuals: 322.250 usuaris impactats .
- ✓ Taxa de compromís (engagement rate) 2,76 %.
- ✓ Ens segueixen més homes (57 %) que dones (43 %).
- ✓ El rang d'edat majoritari és de 35-44 anys.

Instagram

- ✓ Taxa de compromís (engagement rate) 2,75 %.
- ✓ Likes acumulats a 31 de desembre de 2017: 516.070.
- ✓ El nostre públic majoritari són dones (57 %) de 25 a 34 anys.
- ✓ Les ciutats des d'on més ens segueixen: València, Alacant, Madrid, Elx i Benidorm .

Youtube

- ✓ 930.299 minuts de visualització acumulats en YouTube.
- ✓ 518.029 visualitzacions en YouTube.
- ✓ Durada mitjana de visualització: 1:36 minuts.

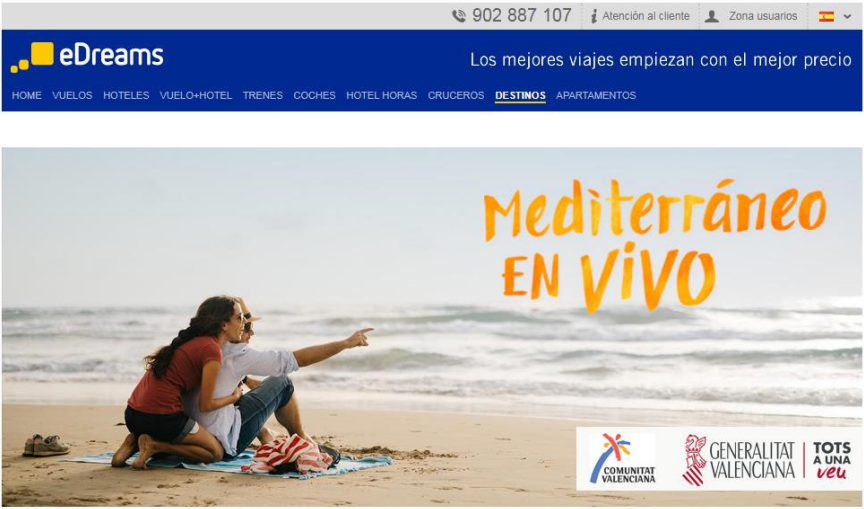
B. Publicitat En línia

1. Publicitat en agències de viatges en línia espanyoles

Desenvolupament d'accions amb les TOP 6 agències de viatges en línia del rànquing comScore 2015 per al sector de viatges segons la mitjana d'usuaris únics:

	Edreams.es	Atrápalo.com	Destinia.com	Rumbo.es	Logitravel.com	ViajesElCorte Inglés.es
2015	1.935.000	1.679.000	1.575.000	1.197.000	775.000	466.000
2016	1.870.000	1.643.000	434.000	1.065.000	1.135.000	643.000

Baners de diferents grandàries per campanya (primavera/estiu 2017 i tardor/hivern 2017), microsites únics de la Comunitat Valenciana, seccions fixes, pàgines d'aterratge (landing pages), presència en les seues e-magazines (Houdinis en el cas d'Atrápalo, per exemple), presència a les seues xarxes socials, fons de pantalla exclusius, articles en els seus e-newsletters, newsletters exclusives sobre la Comunitat Valenciana, accions amb influenciadors organitzades per les agències...



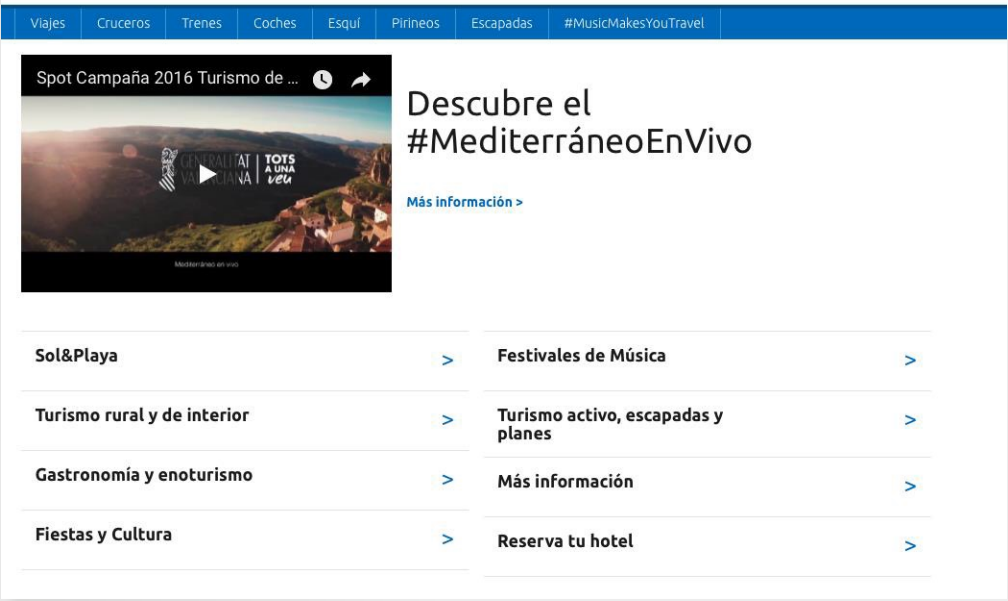
Microsite ad hoc
eDreams.



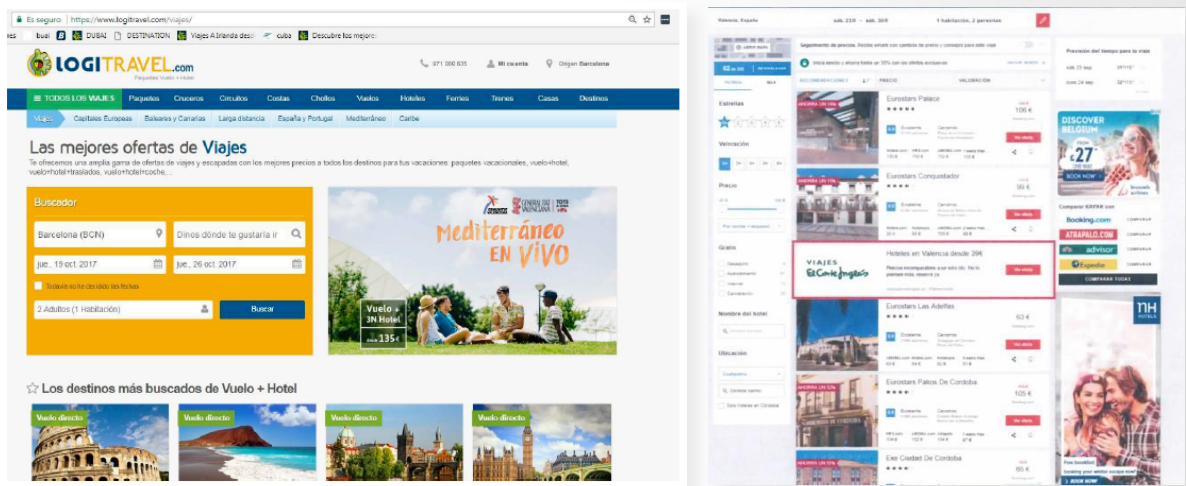
Post en xarxes
Destinia.com:



Primera Il·lustració de la Comunitat Valenciana en Atrapálo.



Recomanacions de Rumbo:



Destacat en la secció de viatges Logitravel.

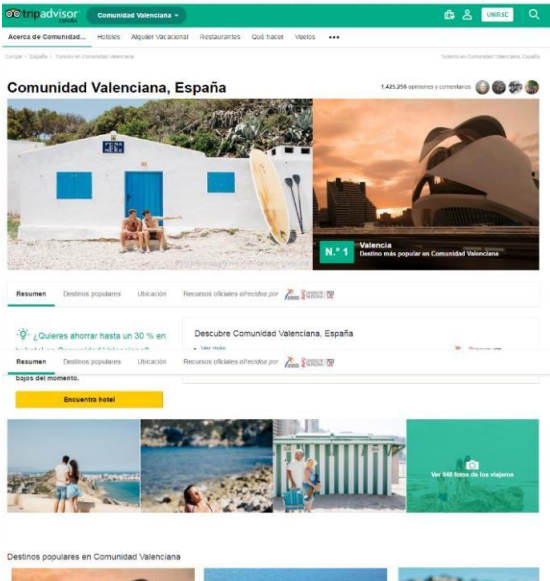
Display en metabuscadors amb Viatges El Corte Inglés.

2. Publicitat de tot tipus de mitjans en línia

Com Skyscanner; el Viajero, d'El País; minube; El Mundo Viajes; Condé Nast Traveler; VIAJAR; grup Hearst (Elle, Fotogramas, Cosmopolitan, ego); Grupo PRISA (El Comidista, de mamás & de papás, El Motor, "Tentaciones" de El País).



Secció fixa en "Tentaciones" d'El País.



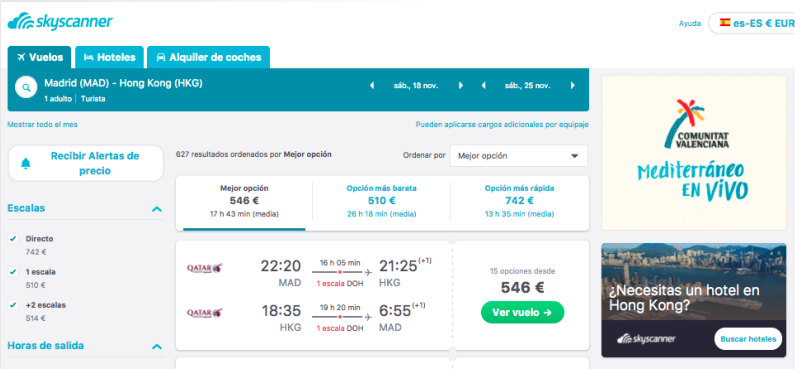
Doble robapàgines en Tripadvisor.



Una microsite en minube.



Microsite multimèdia en El Mundo Viajes.



Robapàgines en rotació en skyscanner.

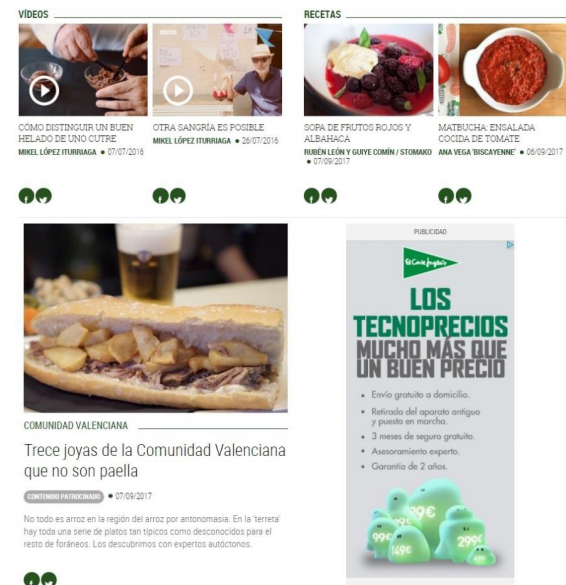


Article amb galeria fotogràfica en Condé Nast Traveler.



Article ad hoc sobre la Comunitat Valenciana El País Viatger.

Notícia, destacat en la home i post en xarxes d'El Comidista.



“Buenos días desde...” En Viajar, amb mencions en FB i TW.



3. Publicitat en xarxes socials

En FB, amb els objectius de:

- ✓ Amplificar la comunicació dels continguts i les accions de ludopublicitat.
- ✓ Difondre tot el material audiovisual generat.
- ✓ Ampliar la massa social de la xarxa.
- ✓ Incentivar la instal·lació de les aplicacions mòbils de la Comunitat Valenciana.



En INS:

- ✓ Reforçar el perfil d'aquesta xarxa aprofitant la capacitat de segmentació que ens facilita per a amplificar la difusió dels continguts que tenen bona acceptació.



4. Publicitat en motors de cerca (SEM) i RTB

En els comptes d'ES, UK, FR i DE: un 85 % del pressupost per SEM (en adwords i GDNs) i un 15 % per RTB (Behavioural Targeting, Retargeting i Look Alike).

- ▶ Los Seranos.
- ▶ La Ribera.
- ▶ Vall de Pop.
- ▶ El Comtat.

Així mateix, s'ha actualitzat, per ampliació de la xarxa de centres, el fullet genèric de tots els centres (5.000 exemplars).

Col·lecció fulls de mà (flyers)

Dins de la col·lecció de fulls de mà culturals, s'han reeditat els de les rutes culturals, amb l'adaptació de les portades i una nova maquetació.

El material editado es:

- ▶ Camins de Dinosauris en castellà, anglés i valencià (7.500 exemplars).
- ▶ Ruta del Grial en castellà i anglés (4.500 exemplars).
- ▶ Territori Borgia en castellà i anglés (4.500 exemplars).
- ▶ Ruta dels Càtars en castellà (1.500 exemplars).

Plànols de ciutats adaptats segment LGBTI

En 2016 i per primera vegada, l'Agència Valenciana del Turisme ha dissenyat i ha 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.

9.4. COMUNICACIÓ FORA DE LÍNIA: PUBLICACIONS I CONTINGUT GRÀFIC

En el marc de les accions per a la comunicació de la marca Comunitat Valenciana, durant l'exercici 2017, 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 de la imatge turística.

Per a atendre les necessitats dels serveis d'informació al visitant en destinació i promoció de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana en fires, esdeveniments i promocions tant nacionals com a internacionals, s'ha procedit a la realització de les accions següents.

Reimpressions i noves edicions Turismo BTT

Se han impreso 3.500 ejemplares de los siguientes centros (total: 24.500 ejemplares):

- ▶ Alto Palancia.
- ▶ Costa Azahar.
- ▶ Alto Mijares.

Concurso Publicacions

En 2016, es va iniciar una contractació mitjançant concurs públic (EXPEDIENT 21/16) per a la reimpressió de diferents publicacions turístiques la majoria de les quals s'han editat durant el primer semestre del 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 d'Alacant: 8.000 exemplars.
- ▶ Guia de València: 9.000 exemplars.
- ▶ Guia de Castelló de la Plana: 2.000 exemplars.
- ▶ Plànol València: 35.000 exemplars.
- ▶ Plànol d'Alacant: 20.000 exemplars.
- ▶ Plànol Castelló de la Plana 17.000 exemplars.
- ▶ Talonaris plànols ciutats 13.000 exemplars.
- ▶ Mapa Comunitat Valenciana: 25.000 exemplars.

Pla turisme ornitològic

Dins de l'àmbit del turisme de naturalesa i per a poder atendre les necessitats que apareixen al llarg de l'any en els diversos certàmens generalistes i monogràfics de producte que cobreixen aquesta temàtica, es va redissenyar el plànol i es van reeditar 5.000 exemplars bilingües castellà-anglès.

Guia de turisme actiu i de naturalesa

Per poder acudir a diverses accions i esdeveniments de turisme actiu, tant a nivell nacional com internacional, al llarg de l'any es va procedir a la reimpressió de 13.400 exemplars de la guia de

turisme actiu i de naturalesa en diferents idiomes (castellà 6.000, anglés 3.000, alemany 1.200, francès 1.000, flamenc 1.200 i valencià 1.000).

Guia de busseig en anglés i mapa de busseig

S'ha editat per primera vegada la guia de busseig i snorkel en anglés (1.000 exemplars) i s'han imprés dues versions del nou mapa d'immersions: una en castellà/valencià i una altra en anglés/francés.

Guia de cicloturisme a la Comunitat Valenciana

Dins de l'àmbit del cicloturisme, l'Agència ha dissenyat i adaptat a idiomes (castellà, valencià, anglés, francès i alemany) una guia de cicloturisme. S'han imprés un total d'11.000 exemplars de la guia de cicloturisme amb el següent repartiment per idiomes: 5.000 en castellà. 3.000 en anglés. 1.000 en francès. 1.000 en alemany. 1.000 en valencià.

Guia genèrica de la Comunitat Valenciana

En 2018, l'Agència Valenciana del Turisme va a procedir a la renovació de la imatge gràfica de les publicacions. Per a això, i com a primer pas, es van encarregar els textos per al contingut de la guia genèrica de la Comunitat Valenciana.

Creación gráfica

Fires nacionals i internacionals

La presència de l'Agència Valenciana del Turisme en les diferents fires nacionals i internacionals es recolza sobre 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 diferents participacions a les quals s'ha acudit.

Noves marques producte

En relació amb el producte cultural, en l'actualitat l'Agència Valenciana del Turisme ha desenvolupat dos productes estratègics, que són:

- ▶ Territori Borgia.
- ▶ Ruta del Grial.

Per crear l'entorn necessari para a aquests productes i augmentar-ne l'interés i el valor, es va procedir, en col·laboració amb l'Associació de Dissenyadors de la Comunitat Valenciana (ADCV), a través del procediment de crida a projecte, la creació d'una identitat corporativa diferenciada de cada un dels productes (Territori Borgia i Ruta del Grial), i que alhora convisca amb el logotip principal Comunitat Valenciana.

Disseny d'il·lustració de portades de fulls de mà

Per adaptar els fullets de temàtica cultural Territori Borgia, Ruta del grial, Els últims càtars, Camins de dinosaures i Patrimoni mundial a la imatge de la col·lecció de fulls de mà (flyers) temàtics, s'han realitzat noves il·lustracions de portades, mapes/

pànols i maquetació dels cinc fullets.

Disseny de publicacions Experiències Comunitat Valenciana

Per a l'impuls i desenvolupament de productes turístics amb la finalitat de crear una oferta experiencial complementària als productes bàsics, s'han dissenyat un conjunt de publicacions organitzades per temàtiques de producte (Mediterrani rural, Mediterrani gastronòmic, Mediterrani actiu, Mediterrani cultural), per a difondre aquesta oferta en fires nacionals i internacionals, que mostren la riquesa i varietat del relat turístic de la Comunitat Valenciana.

Altres activitats

A. Marxandatge

Amb l'objectiu de reforçar l'estratègia de comunicació i el coneixement de la marca turística Comunitat Valenciana en congressos, fires i esdeveniments als quals assisteix l'Agència Valenciana del Turisme, s'ha procedit a la producció dels següents elements de marxandatge:

- ▶ Paraigua arc de Sant Martí Comunitat Valenciana (1.500 unitats).
- ▶ Para-sols de platja blaus Comunitat Valenciana Mediterrani en Viu (1.000 unitats).
- ▶ Bosses de cotó Comunitat Valenciana en Viu en castellà i anglés (400 unitats).
- ▶ Lanyards (cordons) de sublimació a tot color amb la marca Comunitat Valenciana.

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

L'objectiu del Programa **XARXA TOURIST INFO** és oferir al turista un servei d'informació i acolliment i una imatge homogènia en tot el territori per mitjà 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. Així s'incideix en la satisfacció i fidelització del client i en la millora de la gestió turística de les destinacions.

En l'exercici 2017 el **model de conveni Tourist Info** s'ha assentat, després d'un període de revisió i adaptació del mateix al Decret 176/2014, de 10 d'octubre del Consell i a l'entrada en vigor de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic, normes per les quals es regulen els convenis que subscriu la Generalitat i el seu registre. Els canvis més importants afecten la durada, que passa a ser de quatre anys, o l'obligació de la seua publicació a les pàgines web dels organismes que participen en els convenis, segons ho disposen els articles 9.1.c i 10.3 de la Llei 2/2015, de 2 d'abril, de la Generalitat, de transparència, bon govern i participació ciutadana de la Comunitat Valenciana.

10.1. COBERTURA DE LA XARXA

L'exercici 2017 va tancar **amb 23 punts d'informació** temporals i **206 oficines** en funcionament dins de la Xarxa, amb una bona presència del servei al llarg de la Comunitat Valenciana, tant en destinacions de litoral com d'interior i urbans, gestionades en col·laboració amb **151 entitats locals** i entitats turístiques. A aquestes oficines s'afegeix el punt d'informació exterior de Brussel·les.

Per províncies, Alacant té 79 oficines Tourist Info, la qual cosa suposa el 39 % del total; Castelló, 55, que suposen el 27 %, i València, 71 oficines, que suposen el 34 % del total de la Comunitat.

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 2017 sis noves oficines**: Tourist Info Castillo de Villena (Alacant); Tourist Info Borriol, Tourist Info Aeroport de Castelló i Tourist Info Cervera del Maestre (Castelló); Tourist Info Cortes de Pallás i Tourist Info Chelva (València).

A més, durant 2017 s'ha restablert el servei en l'oficina Tourist Info Orihuela Renfe.

L'Agència Valenciana del Turisme treballa també en la modernització de la imatge i millora de les instal·lacions de les Tourist Info. Dins de les ajudes de l'Agència Valenciana del Turisme convocades per al 2017 i dirigides a les entitats locals de la Comunitat Valenciana, pel programa 1 "Inversió i millora dels serveis i recursos turístics" i el subprograma 9 "Inversions en oficines d'informació turística adherides a la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana", que recull com a actuacions subvencionables els 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 mitjançant l'adequació, renovació o modernització de les seues instal·lacions, s'han considerat favorablement 5 projectes (1 a la província d'Alacant, 2 a la província de València i 2 a la província de Castelló).

A més, s'han dut a terme altres petites actuacions consistents en l'ampliació, reposició per deterioració o renovació de la implantació de la marca corporativa Tourist Info i/o la dotació de mobiliari auxiliar en 31 entitats locals adscrites a la Xarxa Tourist Info.

D'altra banda, i en el marc del Conveni de col·laboració entre l'Agència Valenciana del Turisme, la Diputació Provincial d'Alacant, la Mancomunitat Intermunicipal Vall de Pop i l'Associació Turístico Empresarial Vall de Pop, exercici 2017, per al desenvolupament del Pla de competitivitat turística de la Mancomunitat, s'ha dut a terme la construcció d'una nova oficina de turisme Tourist Info Vall de Pop (execució d'obres, redacció de projectes, direcció d'obres i estudis geotècnics).

Cal destacar, a més, que s'han contractat diferents elements d'imatge per a la Xarxa Tourist Info, tals com uniformes, expositors, mapes, etc.

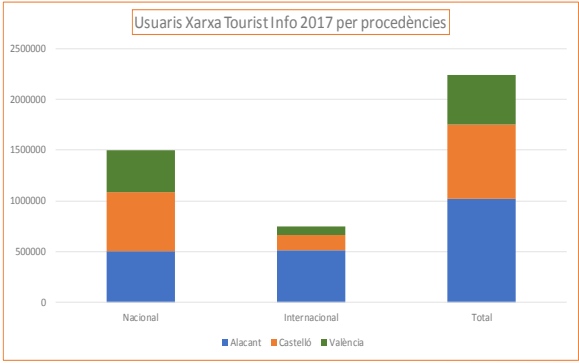
Quant al **model de gestió i relació interadministrativa**, en 2017, l'AVT i la Fundació Turisme València Convention Bureau de la Comunitat Valenciana segueixen la seua col·laboració en la prestació de serveis d'informació turística. Comparteixen una mateixa seu física amb la finalitat d'optimitzar els recursos existents, mitjançant l'autorització d'ocupació de l'oficina d'informació turística Tourist Info València-Pau a favor de la Fundació Turisme València Convention Bureau de la Comunitat Valenciana, per a prestar servei d'informació turística.

10.2. INDICADORS DE SERVEI: HOSPITALITAT

Indicadors QUANTITATIUS

El conjunt d'aquesta xarxa va atendre en 2017 un total de 2.301.959 de demandes d'informació en destinació, la qual cosa representa un 7,86 % més que en 2016. En total i segons el registre estadístic de la Xarxa Tourist Info, són 2.243.200 persones les que han visitat les oficines i punts de la xarxa. Les procedències nacionals representen el 66 % en el conjunt.

A les províncies de Castelló i València, els usuaris/viatgers internacionals utilitzen en menor nombre les oficines de la xarxa, en comparació amb els nacionals, mentre que a la província d'Alacant es reparteixen al 50 %. El gràfic següent ens detalla els usuaris de la xarxa per procedències i províncies.



Font: Sistema estadístic Xarxa Tourist Info. Elaboració pròpia

Les oficines Tourist Info de titularitat autonòmica (Tourist Info Castelló, València-Paz, Marina Real, Alacant i Aeroport d'Alacant-Elx) van atendre en 2017 un total de **89.322** demandes d'informació en destinació. En total, i segons el registre estadístic de la Xarxa Tourist Info, són 101.503 persones les que han visitat aquestes oficines.

Indicadors QUALITATIUS

El procés de l'Enquesta Tourist Info corresponent a l'any 2017 ha abastat tots el mesos de l'any. No obstant això, es distingeixen dos models d'enquesta:

- **Enquesta simplificada**, en què es recull el perfil sociodemogràfic de l'enquestat i la valoració que fa de l'atenció rebuda. Aquesta enquesta s'emplena de gener a juny i d'octubre a desembre de l'any en curs per part de les oficines certificades en qualitat.
- **Enquesta completa o d'estiu**, en què a més del que es ressenya en la simplificada, s'hi han afegit dades de presa de decisió del viatge, allotjament, motivacions, etc. Aquest format d'enquesta s'aplica de juliol a setembre i competeix a la xarxa en el seu conjunt durant els mesos d'estiu.

S'han emplenat entre ambdues enquestes un total de 12.603 qüestionaris.

1. ENQUESTA TOURIST INFO DE SATISFACCIÓ DEL CLIENT D'ESTIU

L'Enquesta Tourist Info de satisfacció del client d'estiu va processar en 2017 7.338 qüestionaris de 115 oficines –un 3 % més que 2016–. El 61,7 % del total dels enquestats són residents a Espanya, el 37,1 % són estrangers i l'1,2 % no contesta. Del total d'estrangers, el 94 % són residents europeus, i el 4,4 % són residents americans.

Els resultats de l'enquesta no permeten, en atenció a la metodologia emprada, ser extrapolats estadísticament al conjunt de la demanda de la Comunitat Valenciana; no obstant això, aquesta enquesta sí que resulta significativa per a l'univers de persones que visiten les oficines de la Xarxa Tourist Info.

En aquesta enquesta, en conjunt, la xarxa va registrar la satisfacció d'expectatives del client sobre l'oficina visitada, amb una mitjana de **9,58 punts sobre 10** –lleugerament per sobre del 2016– i amb un **9,42 sobre 10** pel que fa a l'atenció i serveis oferits en les oficines.

A més, un 46,9 % –lleugerament per sobre del 2016– va indicar que havia visitat més d'una oficina, un clar signe de fidelitat i satisfacció del servei ofert per la Xarxa Tourist Info. Un 55,3 % declara que coneix la Xarxa Tourist Info, la qual cosa significa, extrapolant aquest percentatge sobre el total d'usuaris de la xarxa –**2.243.200 persones**–, que prop d'1.250.000 persones usuàries de la xarxa ja la coneixien amb anterioritat.

2. ENQUESTA TOURIST INFO DE SATISFACCIÓ DEL CLIENT SIMPLIFICADA

Aquesta enquesta va processar en 2017 un total de 5.265 qüestionaris de 27 oficines. El 49,49 % del total dels enquestats són residents a Espanya, el 49,76 % són estrangers i el 0,75 % no contesta. Del total d'estrangers, el 94,35 % són residents europeus, i el 4,29 % són residents americans.

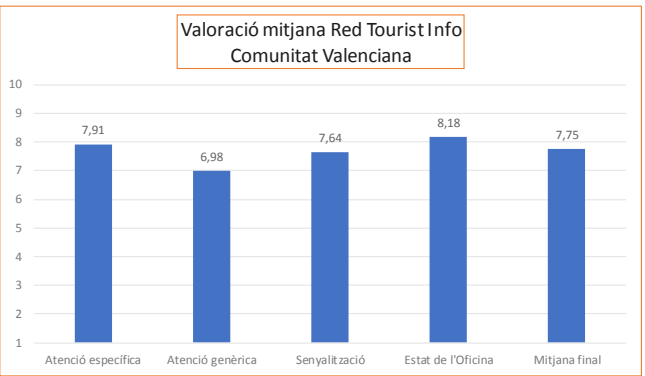
Segons aquesta enquesta, en conjunt, la xarxa va registrar la satisfacció d'expectatives del client sobre l'oficina visitada amb una mitjana de 9,60 punts sobre 10 –lleugerament per sobre de 2016– i amb un 9,51 sobre 10 pel que fa a l'atenció i serveis oferits en les oficines.

A més, un 47,65 % va indicar que havia visitat més d'una oficina, un clar signe de fidelitat i satisfacció del servei ofert per la Xarxa Tourist Info. Un 50,14 % declara que coneix la Xarxa Tourist Info.

3. CONCURS UNA VISITA FELIÇ

En el marc del Pla de qualitat detallat davall, amb l'objectiu de potenciar la implantació de l'hospitalitat i de l'excel·lència en les Oficines de la Xarxa Tourist Info, en 2017 es va engegar a la xarxa un mecanisme de control i seguiment ja clàssic denominat Mystery Shopper. Aquest client misteriós va avaluar una sèrie de paràmetres predeterminats de l'establiment i del servei i de la persona que hi atén, tals com la identificació de l'oficina Tourist Info, l'estat de les instal·lacions, la imatge dels informadors, la rapidesa, el temps dedicat o el coneixement del producte, entre d'altres. Van actuar com a clients reals que realitzen una compra o consumeixen un servei i després lliuren un informe sobre com va ser la seua experiència.

Es van visitar 149 oficines de la xarxa en tres moments diferents del període estival, la qual cosa suposa 447 avaluacions presencials externes. L'equip d'avaluadors va realitzar les visites en castellà, valencià, anglés i francès. Es van valorar 31 ítems. El conjunt de la xarxa va obtindre una mitjana de 7,75 punts sobre 10.



Font: Informe
avaluació
concurso Una
Visita Feliz 2017

L'estat de l'Oficina és l'aspecte millor valorat amb 8,18 punts sobre 10; això últim avala l'operativitat de la Xarxa en l'equipament i manteniment de les oficines.

La mitjana global de les oficines en les visites misterioses és 1,76 punts inferior a la del sistema d'enquesta, cosa que avala la major exigència en les valoracions efectuades per aquest sistema. No obstant això, les oficines situades en els quinze primers llocs del concurs superen la mitjana de 9 punts sobre 10.

Els reconeixements es van lliurar en el transcurs de les XVI Jornades de la Xarxa Tourist Info a la ciutat d'Elx, i les oficines guanyadores del concurs Una Visita Felïç 2017 van ser:

► PREMI UNA VISITA FELIÇ EX AEQUO:
Tourist Info Benissa Platja i Tourist Info Torrevella.
Mitjana de valoració sobre 10: 9,87 punts.

► PREMI UNA VISITA FELIÇ:
Tourist Info Aiora.
Mitjana de valoració sobre 10: 9,66 punts.

► PREMI UNA VISITA FELIÇ:
Tourist Info La Vall d'Uixó.
Mitjana de valoració sobre 10: 9,59 punts.

Finalment, i quant a la valoració de l'atenció telefònica mitjançant el mecanisme d'una visita misteriosa, amb una sola onada, el conjunt de la xarxa obté una mitjana **6,65 punts sobre 10**.



10.3. ORIENTACIÓ AI CLIENT: PLA DE QUALITAT

Per mitjà del Pla de qualitat, es fomenta la cultura de l'excel·lència entre els tècnics i informadors turístics i s'impulsa la implantació de sistemes d'assegurament de la qualitat; també s'hi treballen aspectes mediambientals, d'accessibilitat universal i de qualitat total en destinació –SICTED–.

La xarxa compta amb oficines certificades segons les normes UNE/ISO següents:

- Norma UNE-ISO 14785, Oficines d'Informació Turística -Q-.
- Norma UNE-EN ISO 9001, Sistemes de gestió de la qualitat.
- Norma UNE-EN ISO 14001, Sistemes de gestió ambiental.
- Norma UNE 170001, Accessibilitat.

D'una altra banda, la xarxa compta amb oficines distingides amb el Sistema de Qualitat Integral en Destinacions. La Comunitat Valenciana tanca 2017 amb 79 certificacions o distincions de qualitat. Al llarg de 2017, es van superar de forma satisfactòria 79 proves d'auditoria externa o avaluació: 28 certificades amb la Q de Calidad 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 42 oficines amb el Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions –SICTED–.

	Q	SICTED	ISO 9001	ISO 14001	UNE 170001	TOTAL
ALACANT	10	20	1	0	0	31
CASTELLÓ	8	7	0	1	0	16
VALÈNCIA	10	15	6	0	1	32
TOTALS	28	42	7	1	1	79

Segons les dades que publica l'ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española), la Comunitat Valenciana és la segona Comunitat Autònoma amb major nombre d'oficines certificades amb la Q i d'oficines distingides en el SICTED.

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 els quals destaca un fòrum comú per a la millora contínua i la innovació: el Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info, format per totes les oficines certificades i en vies de certificació de la xarxa.

10.4. 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 donar suport tècnic directe a les entitats locals i a les oficines que ho van requerir per mitjà 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 a les capitals de província, han donat suport per a la posada en marxa de nous serveis a la seua província, oferint cobertura informativa a aquelles destinacions que no compten amb oficina pròpia.

En 2017, es van registrar **153 accions** d'assistència tècnica i coordinació amb desplaçament dels coordinadors, i de personal propi, a les destinacions esmentades de les tres províncies. Això significa que més de la meitat dels dies hàbils de l'any s'ha prestat in situ una assistència tècnica a la xarxa.

Es van realitzar, a més, diferents visites guiades, sol·licitades per a alumnes nacionals i internacionals, a les Tourist Info pròpies. En aquestes visites s'expliquen la gestió de les oficines, les eines de treball, els sistemes de qualitat, els serveis al turista, etc.

Finalment, en 2017 s'han atés més de 350 peticions massives de material turístic imprés per a la distribuir-lo en congressos, esdeveniments, reunions i establiments turístics. També hem col·laborat en la distribució entre les oficines de la Xarxa Tourist Info del material imprés editat per altres entitats, establiments i associacions de caràcter turístic.



10.5. COL-LABORACIÓ AMB ELS CENTRES FORMATIUS I UNIVERSITATS VALENCIANES

Les oficines Tourist Info pròpies van rebre en 2017 un total de **14 alumnes en pràctiques** procedents de diferents centres públics de formació professional (Mòdul de Comercialització i Promoció Turística) i universitats valencianes (graus de Turisme, Traducció i Interpretació, Estudis Anglesos i Comerç Exterior). Aquests alumnes van realitzar un total 4.090 hores de pràctiques curriculars.

Els alumnes que realitzen aquestes pràctiques participen en les tasques bàsiques als centres on estan destinats, i reben, per mitjà 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. Aquesta és una potent eina de difusió de la xarxa entre els futurs professionals del turisme, tant universitaris com de formació professional.

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

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 Pla de qualitat i del **Programa de formació de la Xarxa Tourist Info**.

En col·laboració amb empreses, administracions turístiques i altres entitats, en 2017 s'han realitzat 11 jornades formatives, amb un total de **77 hores de durada** i una participació de **507 assistents**. Les activitats es van dur a terme sota diferents formats com viatges de familiarització, jornades de destinació, presentacions de productes, cursos, trobades, tallers, etc. Aquestes activitats persegueixen 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 apropar la formació a les oficines realitzant edicions del mateix curs per província.

Entre els viatges de familiarització realitzats cal destacar els de destinació a Agres, La Vilavella i Guardamar; els de producte, com per exemple a la Ruta del Vi i Jardins, a Alacant; al Club Temps a les tres províncies, i turisme actiu a València. Així mateix, s'han desenvolupat accions formatives tecnològiques. Quant a continguts competencials, s'ha treballat la gestió de qualitat, tecnologies i creació de productes, entre altres matèries. Aquests continguts van dirigits a tècnics i informadors turístics de la xarxa.

Al novembre es van convocar, en col·laboració amb l'Ajuntament d'Elx, les **XVI Jornades de la Xarxa Tourist Info**. En aquesta edició es van reunir més de 100 informadors i tècnics municipals de 74 destinacions. Durant 2 dies, els informadors van poder conèixer de primera mà el model turístic de la ciutat d'Elx, el seu patrimoni, cultura i gastronomia, així com experiències de gestió d'oficines d'informació turística d'altres CA.

En col·laboració amb associacions professionals i representants dels diferents subsectors turístics, s'han treballat productes com el de naturalesa, el cultural i la gastronomia, amb la finalitat de millorar el suport a la promoció i comercialització de les empreses en destinació. En 2017, s'ha col·laborat amb la xarxa de CdT, Invat.tur i amb el Centre d'educació ambiental de la Comunitat Valenciana, entre d'altres, amb establiments i instal·lacions turístiques.

10.7. SISTEMES D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

Recullen de forma 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 eines tecnològiques i procediments corporatius.

► WINSITUR i MANTUR (bases de dades de l'oferta turística).

Compten amb **26.879 registres**, dels quals, els corresponents a oferta complementària es mantenen de forma descentralitzada des de les oficines, amb la supervisió de les oficines pròpies. Es manca de dades del conjunt de la xarxa. A títol d'exemple, assenyalem que les oficines Tourist Info Alacant i Tourist Info Aeroport d'Alacant-Elx van realitzar entre ambdues un total de 6.417 modificacions/validacions de la base de dades Winsitur en 2017.

► Agenda Tourist Info (portal turístic comunitatvalenciana.com):

les oficines publiquen i actualitzen diàriament en internet **informació sobre els esdeveniments culturals i d'oci** que se celebren en les destinacions. Es tracta d'un contingut amb un alt nivell de demanda. No es disposa de dades del conjunt de la xarxa. A títol d'exemple, assenyalem que l'Oficina Tourist Info Alacant va publicar 285 pàgines web en 2017 i va realitzar 758 modificacions/actualitzacions en les micro webs del portal turístic.

► 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 amb la finalitat de comptar amb un canal de comunicació que reforce la difusió de l'Agenda Tourist Info i la interacció entre les oficines. En 2017 se segueix consolidant aquesta presència en xarxes socials i potenciant tant la participació de les 4 oficines pròpies, amb els seus perfils propis, com de les oficines de convenis, que van augmentant la seua presència en altres canals com Twitter, Instagram o YouTube.

- Fan Page Tourist Info Alacant en Facebook: 2.323 seguidors (un increment del 15 % pel que fa a l'any anterior).
- Fan Page Tourist Info Castelló en Facebook: 4.523 seguidors (un increment del 6,5 % pel que fa a l'any anterior).
- Fan Page Xarxa Tourist Info: 4.867 seguidors (un increment del 5,2 % pel que fa a l'any anterior).

10.8. PROJECTES D'INNOVACIÓ

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



Durant 2017, s'han promogut diversos projectes d'innovació per al conjunt de la xarxa, que combinen elements tecnològics amb nous serveis per als usuaris de les oficines Tourist Info:

1. Premi a la Innovació de la Xarxa Tourist Info 2017

El Premi a la Innovació Xarxa Tourist Info reconeix la introducció, en la prestació de l'activitat habitual de l'oficina Tourist Info, d'una novetat en serveis, productes, procediments o instal·lacions dirigida als turistes i que redunde en una millor atenció d'aquests.

Els criteris de valoració objectius es van estructurar en quatre grans apartats:

- a.** Valors de la iniciativa: Creativitat, hospitalitat, accessibilitat, sostenibilitat i excel·lència.
- b.** Creació de noves eines i/o canals d'atenció al turista, per mitjà de suports tecnològics i altres mitjans, adaptats a la informació turística en destinació i el seu ús en l'oficina Tourist Info.
- c.** Generació de nous serveis i/o productes a prestar en l'oficina Tourist Info.
- d.** Grau d'adaptabilitat al conjunt d'oficines de la Xarxa Tourist Info.

En atenció a aquests criteris, **l'Oficina Tourist Info El Campello**, amb el seu projecte TURISME INCLUSIU, es va proclamar **guanyadora del I Premi a la Innovació Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana**.

El jurat va acordar proclamar les **oficines Tourist Info Elda i Tourist Info Petrer**, amb el seu projecte Dia 37, **guanyadores de l'accèsit del Premi a la Innovació a la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana**.

2. Sistema de missatgeria instantània: WhatsApp

L'alta penetració dels sistemes de missatgeria instantània entre turistes i visitants, singularment de WhatsApp, aconsella prendre'l en consideració com a sistema no presencial d'atenció al turista.

Es va seleccionar l'Oficina Tourist Info Alacant com a oficina pilot, entre les de titularitat autonòmica, per a la posada en marxa d'aquest sistema d'atenció al públic, amb l'objectiu d'implantar-lo al llarg de l'any en altres destinacions, a través de la comunicació de la seua operativitat tècnica al Comité de Qualitat i Innovació de la Xarxa Tourist Info i per mitjà d'eines divulgatives internes.

De l'experiència obtinguda es va redactar:

- a.** Estàndard bàsic tècnic.
- b.** Procediment d'atenció aplicable a tota la xarxa.
- c.** Es va generar una entrada específica estadística com a canal d'atenció al turista.
- d.** Promoció bàsica del canal WhatsApp.

3. Tourist Info Kids

El context turístic actual promou l'especialització per atendre un públic més exigent, optimitzar les tecnologies i oportunitats del nou entorn en línia per a facilitar l'evolució de les oficines Tourist Info cap a noves tendències, serveis, coneixement del client i, en definitiva, major presència de la Xarxa Tourist Info en les estratègies de màrqueting de les destinacions.

En aquesta línia, han sorgit noves demandes de serveis en les oficines Tourist Info, nous requeriments de zonificació interna de forma singular per a prestar un servei d'acolliment al turisme familiar. Sorgeix així el projecte denominat Tourist Info Kids, que busca conjuminar experiències anteriors i dotar-les d'unitat.

S'ha procedit a la conceptualització d'un espai adaptat als més petits en el servei de les oficines Tourist Info. Al mateix temps, aquests nous servei i espai estaran dotats amb un nom i una marca identificatius, comuns per a tota la xarxa.

- Disseny de marca Tourist Info Kids.
- Definició de l'estil decoratiu i del mobiliari.
- Manual de material didàctic.

Aquest informe de gestió recull la Memòria
d'Activitat de l'Agència Valenciana del
Turisme corresponent a l'exercici 2017.

FRANCESC COLOMER SÁNCHEZ

President de l'Agència Valenciana del Turisme

València, 22 de març de 2018



GENERALITAT
VALENCIANA



COMUNITAT
VALENCIANA

