

Estadísticas de **TURISMO** **2016**

VLC ■ VALENCIA

TOURISM  STATISTICS





2016 volvió a ser un año de crecimiento para el turismo en la ciudad de Valencia. Según el Instituto Nacional de Estadísticas, se alcanzó la cifra de 4.448.642 pernoctaciones, lo que supone un incremento del 8,3% respecto al ejercicio anterior. Asimismo, la cifra de viajeros creció un 2,2% hasta 1.907.847.

Estos datos fueron posibles gracias al importante ascenso de la demanda extranjera, que subió un 16% con 2.754.197 pernoctaciones, con Italia, Reino Unido, Holanda, Francia y Alemania a la cabeza. Cabe señalar también el incremento de la rentabilidad del turismo, con mejoras en el RevPar, que subió un 9,6%, el precio por habitación un 3,7%, la ocupación hotelera creció un 4,4% y la estancia media un 6,1% hasta alcanzar las 2,33 noches.

Por lo que respecta al tráfico aéreo y los cruceros, 2016 también arrojó cifras positivas, con un incremento del 14,8% en las llegadas al Aeropuerto y del 8,6% en pasajeros en el Puerto.

2016 was once again a year of growth for tourism in the city of Valencia. According to the National Statistics Institute, the figure for overnight stays reached 4,448,642, an increase of 8.3 on the previous year. Furthermore, visitor figures increased by 2.2%, to stand at 1,907,847.

These data were made possible thanks to the significant rise in demand from abroad, which increased by 16% with 2,754,197 overnight stays, and Italy, the United Kingdom, Holland, France and Germany topping the table. It is also worth pointing out the rise in tourism profitability, with improvements in the RevPAR, which rose by 9.6%, the price per room by 3.7%, the hotel occupancy rate grew by 4.4% and the average length of stay by 6.1% to reach 2.33 nights.

2016 also brought positive results as regards air traffic and cruise ships, with an increase of 14.8% in airport arrivals and 8.6% in passengers at the port.

ÍNDICE. INDEX

01 GEOGRAFÍA Y POBLACIÓN. GEOGRAPHY AND POPULATION	6
02 TRANSPORTES. TRANSPORTS	8
03 DEMANDA TURÍSTICA. TOURISM DEMAND	10
A· Viajeros y pernoctaciones en alojamientos turísticos. Visitors and overnight stays in tourist accommodation	10
B· Pernoctaciones según país de residencia. Overnight stays by country of residence	11
C· Estacionalidad. Seasonality	12
D· Perfil del turista de ocio. Leisure tourist profile	14
E· Turismo de cruceros. Cruise tourism	16
F· Turismo de reuniones. Congress tourism	18
04 OFERTA TURÍSTICA. TOURISM SUPPLY	20
A· Alojamiento. Accommodation	20
B· Ocupación hotelera. Hotel occupancy	21
C· Estancia media de los turistas. Average hotel stay	22
D· Oferta cultural y de ocio. Cultural and leisure options	24
E· Conocimiento de la ciudad previo a la visita. Knowledge of the city prior to visit	26
F· Valoración de la oferta. Supply assessment	27
05 INDICADORES ECONÓMICOS DEL TURISMO EN LA CIUDAD. ECONOMIC INDICATORS OF TOURISM IN THE CITY	28
06 ACTIVIDADES DE TURISMO VALENCIA. VALENCIA TOURISM ACTIVITIES	30
Estrategia 1. Crear valor para el visitante Strategy 1. Creating value for the visitor	30
Estrategia 2. Actualizar la marca Valencia. Promoción más segmentada y tecnológica Strategy 2. Updating the Valencia brand more segmented and technological promotion	34
Estrategia 3. Un destino inteligente y sostenible. Strategy 3. A smart and sustainable destination	38
Estrategia 4. Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa Strategy 4. Transparent, efficient and collaborative governance	39
07 METODOLOGÍA. METHODOLOGY	40

DIEZ CLAVES DEL TURISMO EN VALENCIA EN 2016

1. Valencia registró 4.448.642 **pernoctaciones** y 1.907.847 **viajeros**.
2. La **demanda** total crece un 8,3% y un 2,2% respectivamente.
3. Las pernoctaciones de turistas **extranjeros** ascienden un 16%.
4. La demanda **nacional** se estanca ligeramente con un retroceso del 2% en sus pernoctaciones.
5. La **rentabilidad** del turismo de la ciudad incrementa gracias a la mejora de la ocupación hotelera, la estancia media por visitante y el precio medio por habitación.
6. El turismo de **reuniones** mantiene su buen comportamiento.
7. En el **aeropuerto**, crecen las llegadas internacionales un 18% y las nacionales un 7%.
8. La cifra de **crucelistas** vuelve a crecer. Ascienden los pasajeros en el puerto un 8%.
9. El visitante muestra en general, un alto grado de **satisfacción con la ciudad**.
10. El **turismo** se confirma como **motor económico** en Valencia.

TEN KEYS ON TOURISM IN VALENCIA 2016

1. Valencia registered 4,448,642 **overnight stays** and 1,907,847 **visitors**.
2. Total **demand** rose by 8.3% and 2.2% respectively.
3. Overnight stays by **tourists from abroad** increased by 16%.
4. **National** demand stagnated slightly with a 2% drop in overnight stays.
5. The **profitability** of tourism in the city increased thanks to the improvement in the hotel occupancy rate, the average length of stay per visitor and the average price per room.
6. **Business** tourism continued to perform well.
7. At the **airport**, international arrivals rose by 18% and national arrivals by 7%.
8. **Cruise passengers** figures once again grew. There was an 8% increase in passengers at the port.
9. In general, visitors reported a high level of **satisfaction with the city**.
10. **Tourism** bolstered itself as a **driver of the economy** in Valencia.

01 GEOGRAFÍA Y POBLACIÓN

Geography and Population

GEOGRAFÍA | GEOGRAPHY



Latitud · Latitude
39° 28' 16" N

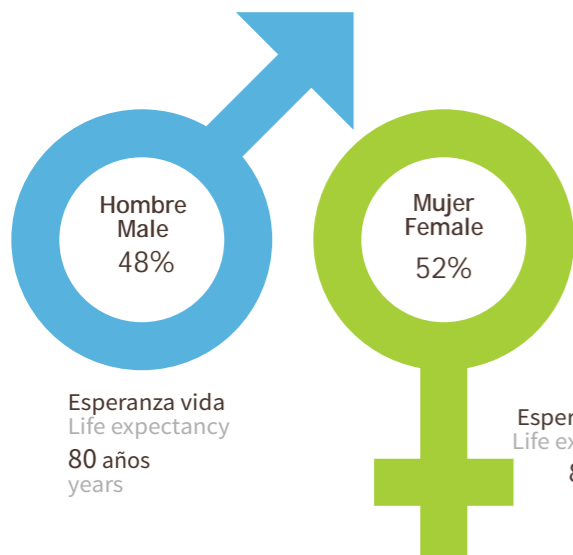
Longitud · Longitude
0° 22' 33" O

Altitud · Altitude
13 metros (Ayuntamiento · Town Hall)

Superficie · Surface area
137,5 km²



POBLACIÓN | POPULATION

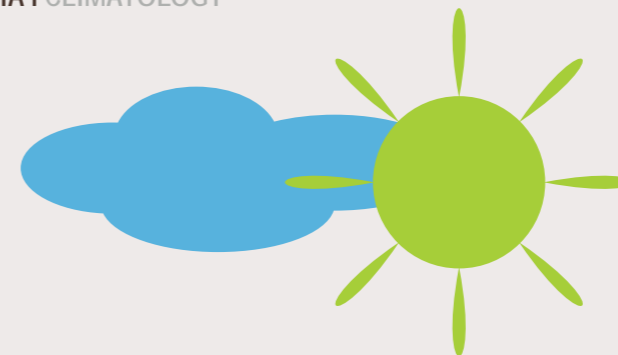


791.632 Habs.
Población ciudad
City population

1.547.559 Habs.
Población incluyendo área metropolitana
Population including metropolitan area

16,8%
Población nacida en el extranjero
Population born abroad

CLIMATOLOGÍA | CLIMATOLOGY

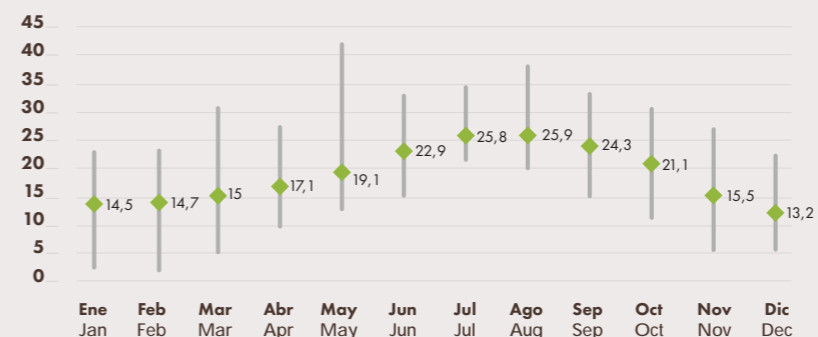


19,1 °C | Temperatura media
Average temperature

313 | Nº días no cubiertos al año
Nº Clear days per year

249 | Días con temperatura + 20°
Days with temperature over 20°

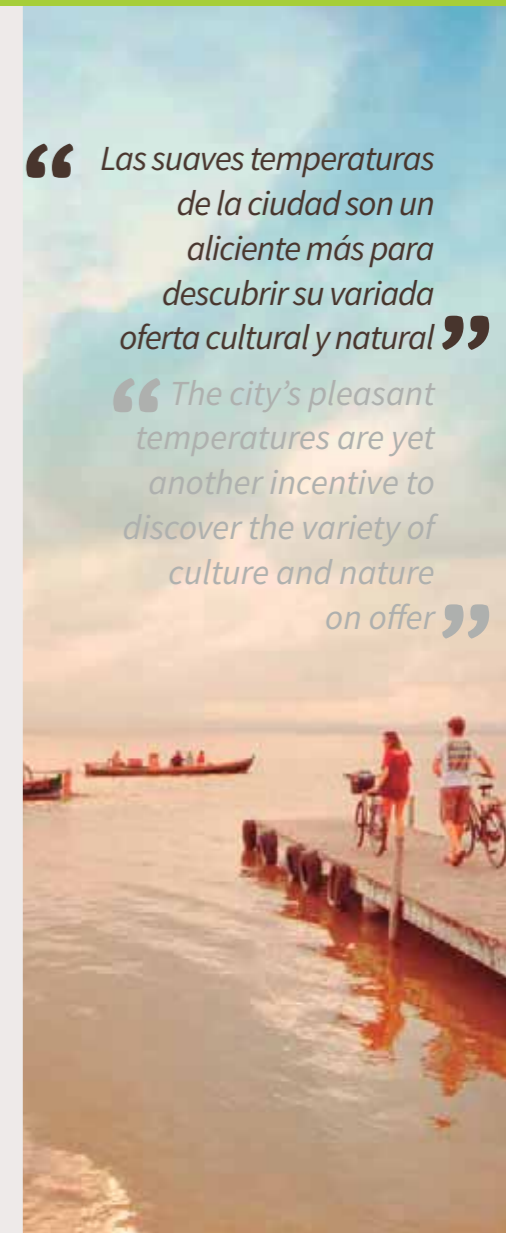
TEMPERATURAS* MÁXIMAS, MÍNIMAS Y MEDIAS MENSUALES MAXIMUM, MINIM AND MONTHLY AVERAGE TEMPERATURES*



* Grados centígrados | Degrees centigrade.

“ Las suaves temperaturas de la ciudad son un aliciente más para descubrir su variada oferta cultural y natural ”

“ The city's pleasant temperatures are yet another incentive to discover the variety of culture and nature on offer ”



02 TRANSPORTES

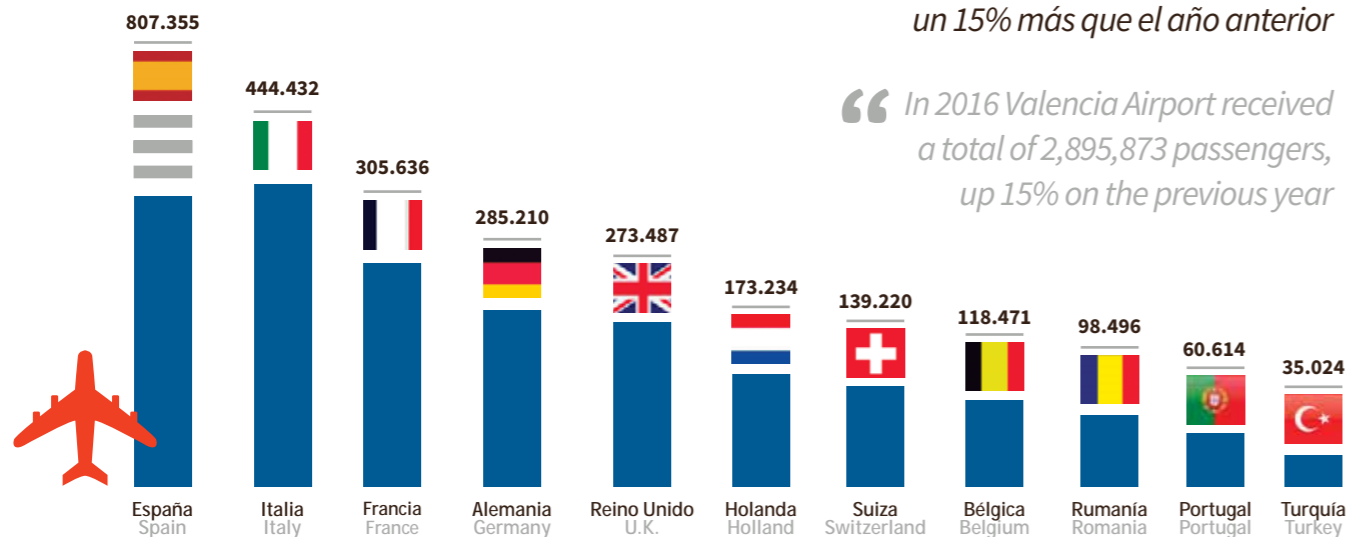
Transports

RUTAS DESDE EL AEROPUERTO DE VALENCIA ROUTES FROM VALENCIAS AIRPORT

- 2.895.873** Total pasajeros llegados al aeropuerto en 2016
Passengers arrived to the airport in 2016
- 45** Conexiones internacionales
International air connections
- 15** Conexiones nacionales
National air connections



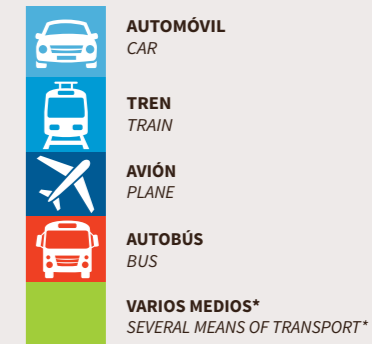
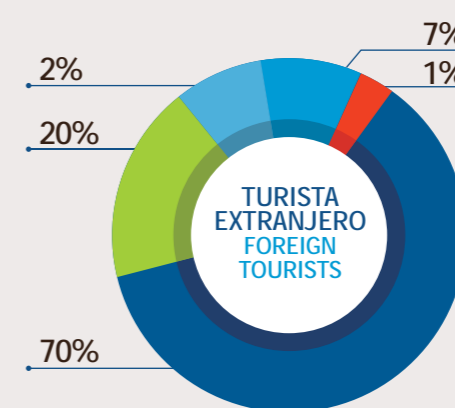
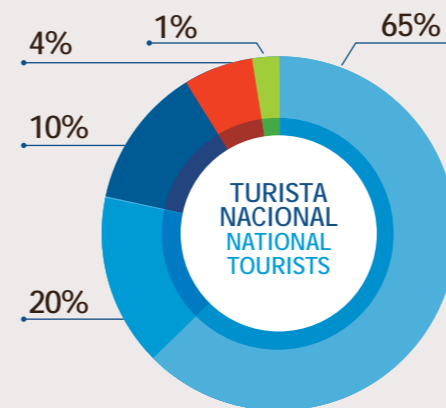
PASAJEROS LLEGADOS DE LOS PRINCIPALES DESTINOS PASSENGERS ARRIVING FROM MAIN DESTINATIONS



“ El aeropuerto de Valencia recibe en 2016 un total de 2.895.873 pasajeros, un 15% más que el año anterior ”

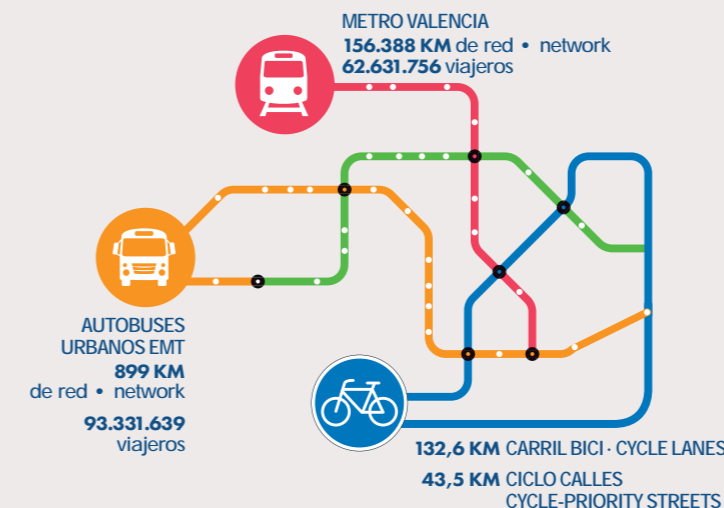
“ In 2016 Valencia Airport received a total of 2,895,873 passengers, up 15% on the previous year ”

MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS PARA VENIR A VALENCIA MEANS OF TRANSPORT USED TO COME TO VALENCIA

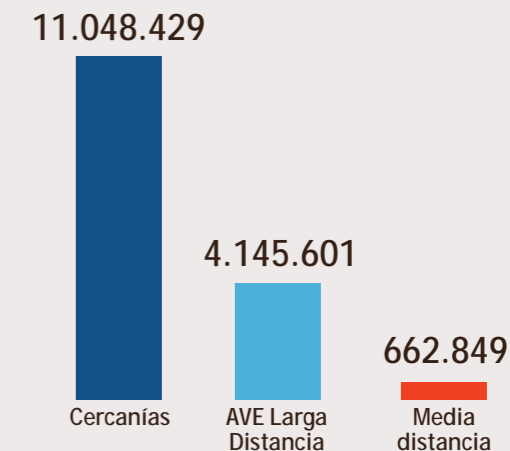


* El turista puede llegar a Valencia utilizando un único medio de transporte o empleando más de uno. Esta segunda opción se recoge en "Varios medios".
* The tourist can arrive in Valencia using one single means of transport, or more than one. This second option is included in "Others."

OFERTA DE TRANSPORTE URBANO PUBLIC TRANSPORT SUPPLY



PASAJEROS DE RENFE EN LA CIUDAD RENFE'S PASSENGERS IN THE CITY

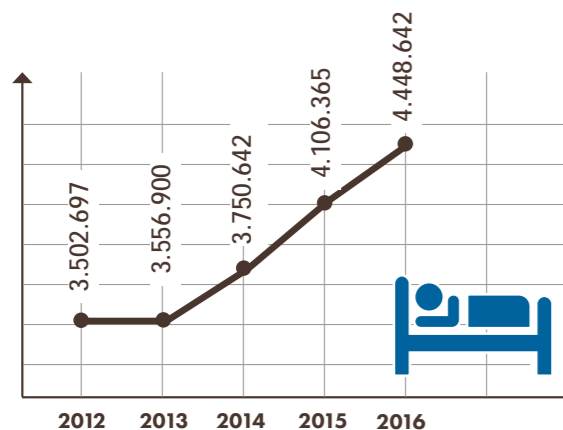


Fuente: AENA, RENFE, EMT, Metro Valencia, Turismo Valencia y Ayto Serv. Mobilitat Sostenible
Source: AENA, RENFE, EMT, Metro Valencia Valencia Tourism and Ayo. Serv. Mobilitat Sostenible.

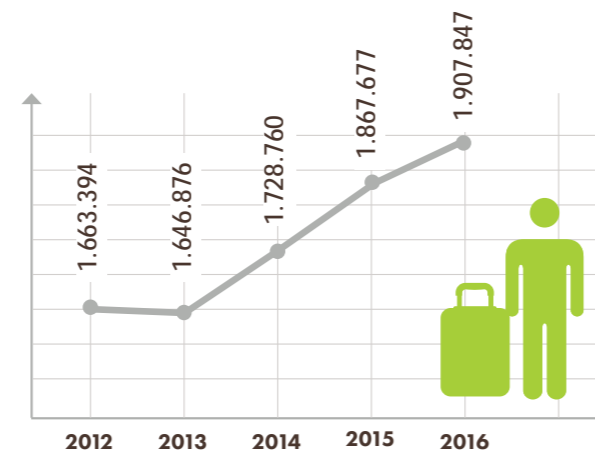
03 DEMANDA TURÍSTICA Tourism demand

A VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS VISITORS AND OVERNIGHT STAYS IN TOURIST ACCOMMODATION

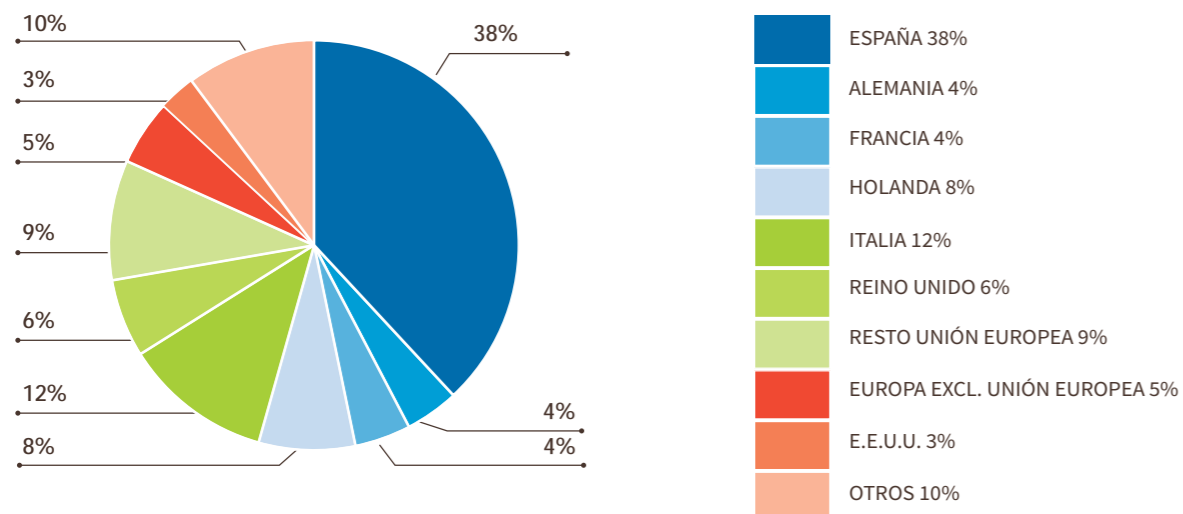
Pernoctaciones | Overnight stays



Viajeros | Visitors



Pernoctaciones | Overnight stays

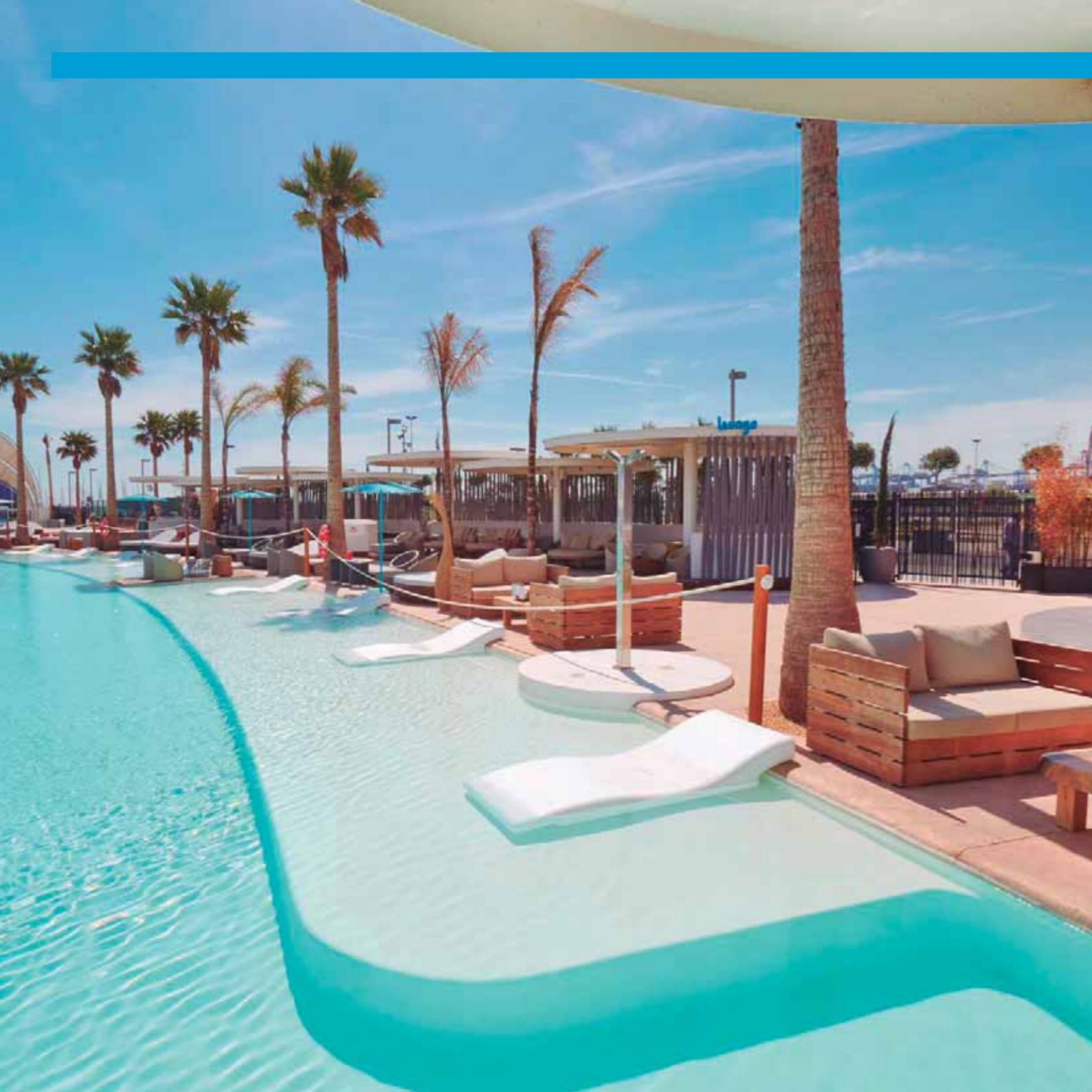


Fuente · Source: INE (EOH + EOAT)

B PERNOCTACIONES Y VIAJEROS SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA OVERNIGHT STAYS AND VISITORS BY COUNTRY OF RESIDENCE

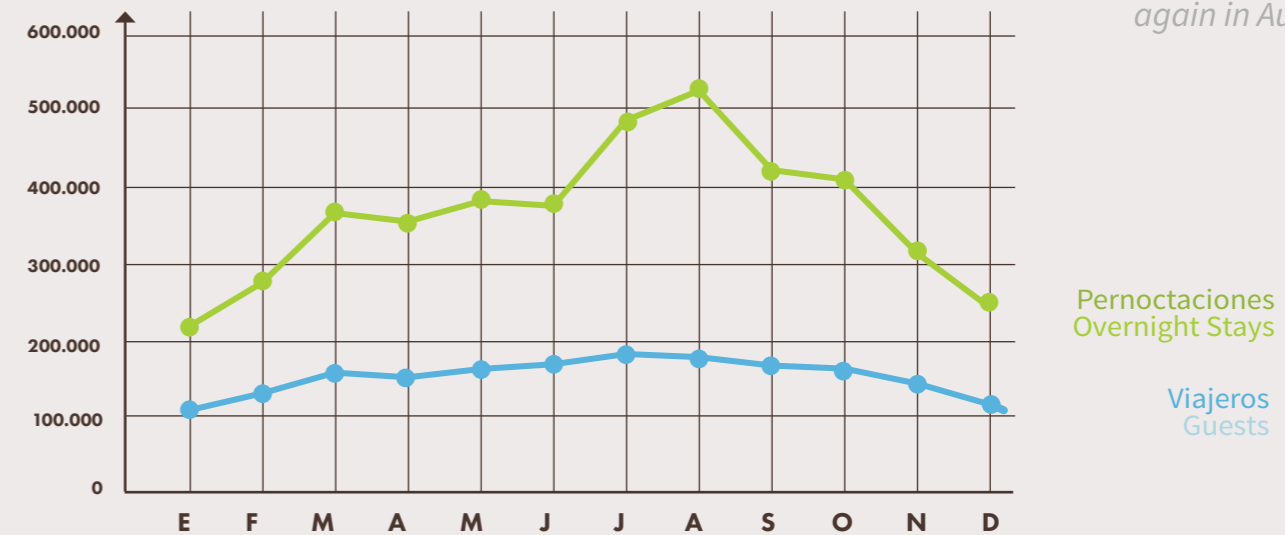


	VIAJEROS VISITORS	PERNOCTACIONES OVERNIGHT STAYS
TOTAL	1.907.847	4.448.642
ESPAÑA SPAIN	931.714	1.694.445
EXTRANJEROS FOREIGNERS	976.133	2.754.197
EUROPA (SIN ESPAÑA) EUROPE (WITHOUT SPAIN)	710.244	2.168.548
ALEMANIA GERMANY	62.772	189.428
AUSTRIA AUSTRIA	12.664	37.182
BÉLGICA BELGIUM	41.039	132.250
DINAMARCA DENMARK	4.813	15.493
FINLANDIA FINLAND	4.766	14.816
FRANCIA FRANCE	69.365	196.854
HOLANDA HOLLAND	91.315	338.108
IRLANDA IRELAND	10.472	32.060
ITALIA ITALY	165.959	521.282
POLONIA POLAND	7.683	24.673
PORTUGAL PORTUGAL	15.817	38.177
REINO UNIDO UNITED KINGDOM	95.106	274.838
RUMANÍA ROMANIA	10.323	29.933
SUECIA SWEDEN	8.782	25.616
NORUEGA NORWAY	8.322	24.929
RUSIA RUSSIA	23.220	69.369
SUIZA SWITZERLAND	24.018	67.699
TURQUÍA TURKEY	7.674	13.265
INTERCONTINENTAL INTERCONTINENTAL	265.890	585.649
AMÉRICA AMERICA	123.898	285.951
BRASIL BRASIL	9.451	19.805
CANADÁ CANADA	9.246	20.732
ESTADOS UNIDOS UNITED STATES OF AMERICA	52.507	130.246
MÉXICO MEXICO	6.368	14.035
ÁFRICA AFRICA	16.775	42.628
ASIA ASIA	69.619	134.612
JAPÓN JAPAN	12.460	19.669
CHINA CHINA	24.863	37.207
AUSTRALIA AUSTRALIA	7.357	16.482



C ESTACIONALIDAD
SEASONALITY

Estacionalidad de viajeros y pernoctaciones en Valencia
Seasonality of visitors and overnight stays in Valencia



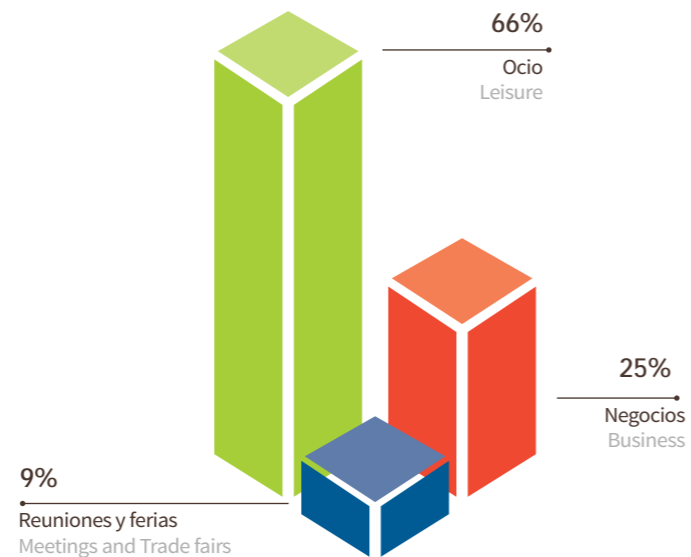
“ Los meses que registraron mayor demanda fueron los comprendidos entre mayo y octubre, con el pico más alto, una vez más, en agosto ”

“ The highest demand was registered in the months between May and October, peaking once again in August ”

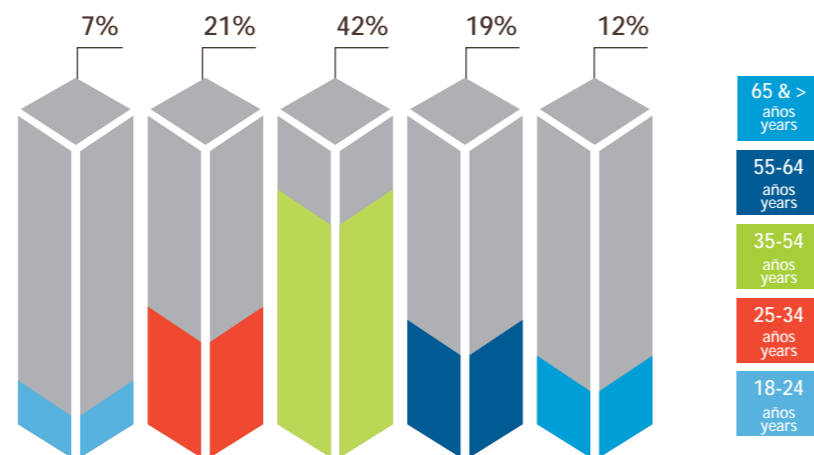


D PERFIL DEL TURISTA DE OCIO LEISURE TOURIST PROFILE

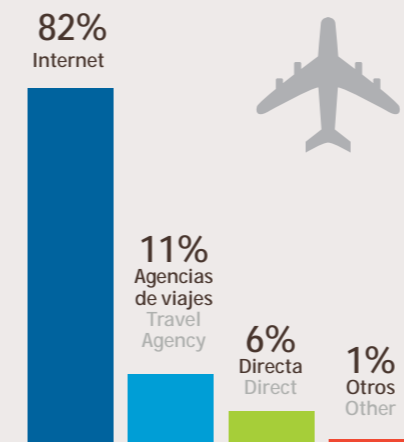
TURISTAS SEGÚN EL MOTIVO DEL VIAJE TOURISTS' REASONS TO TRAVEL



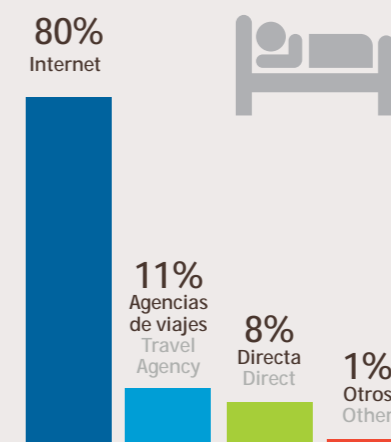
EDAD | AGE



MÉTODO DE CONTRATACIÓN DEL TRANSPORTE Y EL ALOJAMIENTO METHOD OF BOOKING TRANSPORT AND ACCOMMODATION

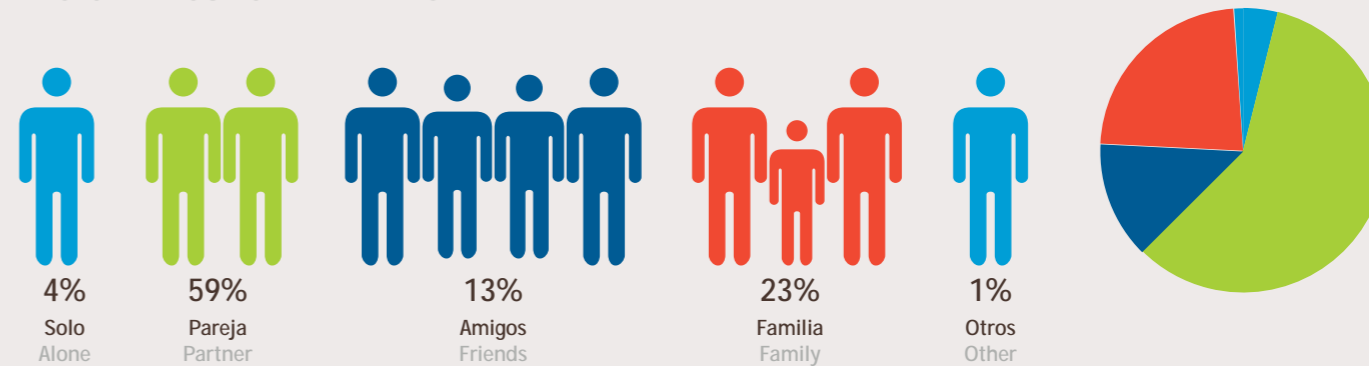


Transporte | Transport



Alojamiento | Accommodation

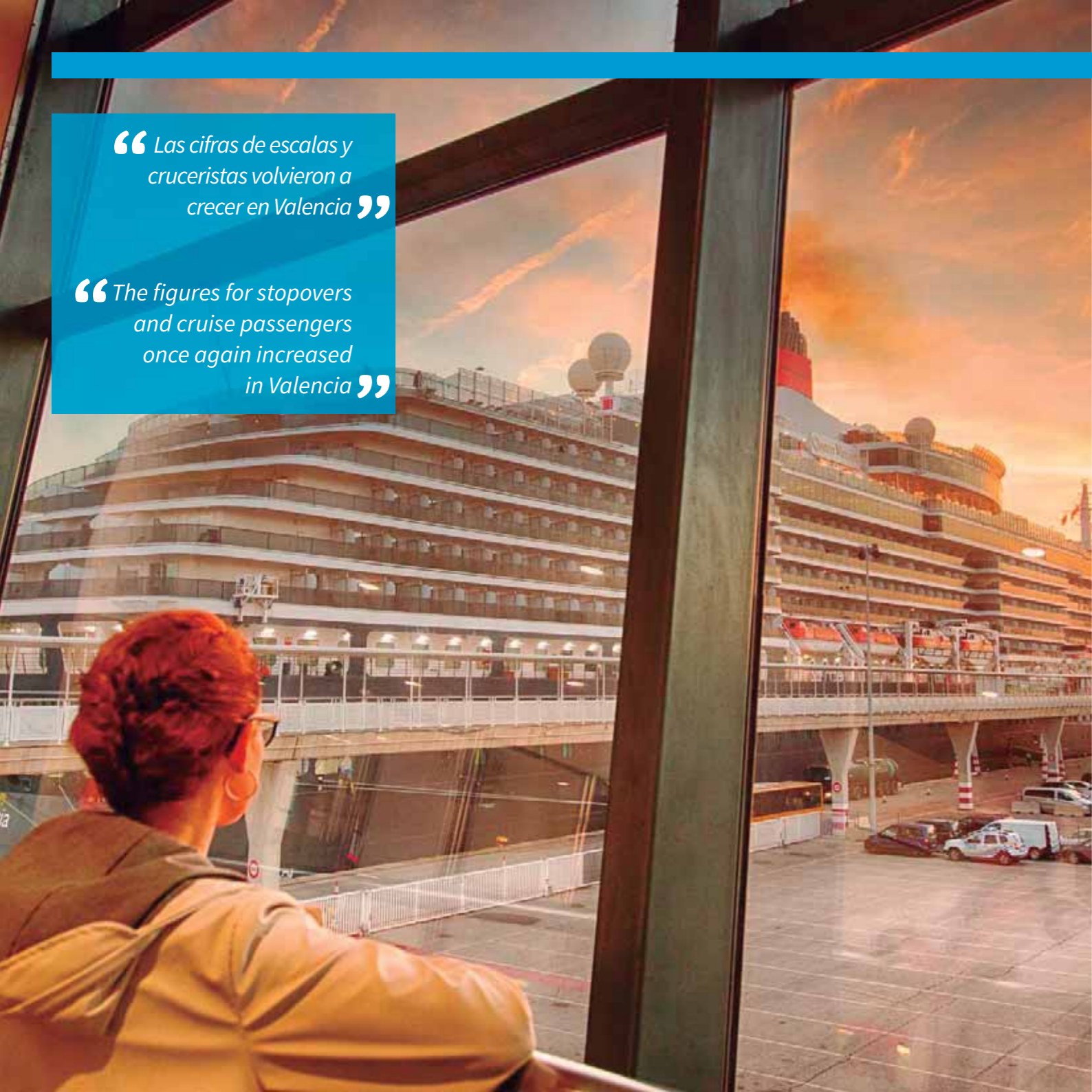
CON QUIÉN VIAJA EL TURISTA WHO IS THE TOURIST TRAVELLING WITH



Fuente · Source: Turismo Valencia.

“ Las cifras de escalas y
crucevistas volvieron a
crecer en Valencia ”

“ The figures for stopovers
and cruise passengers
once again increased
in Valencia ”



E TURISMO DE CRUCEROS EN EL PUERTO DE VALENCIA CRUISE TOURISM IN THE PORT OF VALENCIA

ESCALAS DE CRUCEROS EN VALENCIA VALENCIA CRUISE CALLS

2016



PASAJEROS DE CRUCEROS EN VALENCIA VALENCIA CRUISE PASSENGERS

2016



PROMEDIO DE PASAJEROS EN CADA CRUCERO AVERAGE NUMBER OF PASSENGERS IN EACH CRUISE LINER

2016

2.230



PASAJEROS
PASSENGERS



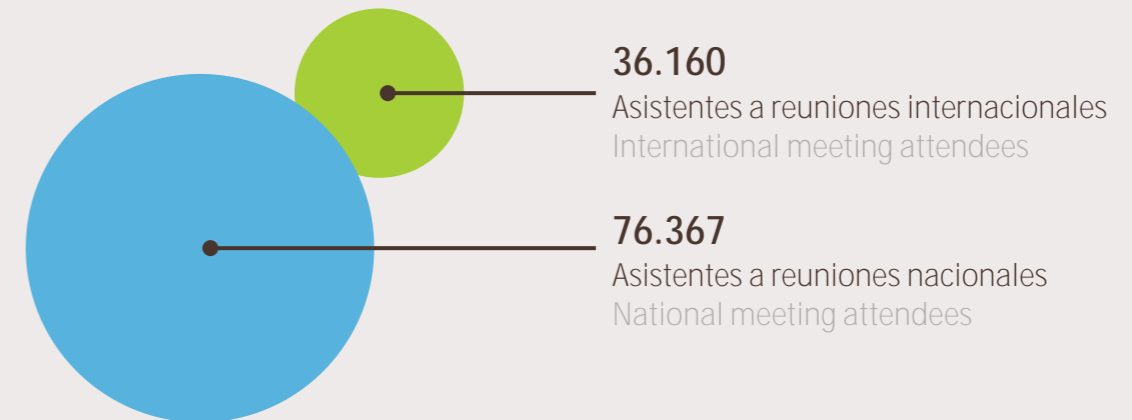


“ El turismo de reuniones, congresos e incentivos es estratégico para la ciudad, por su efecto desestacionalizador y su mayor estancia media ”

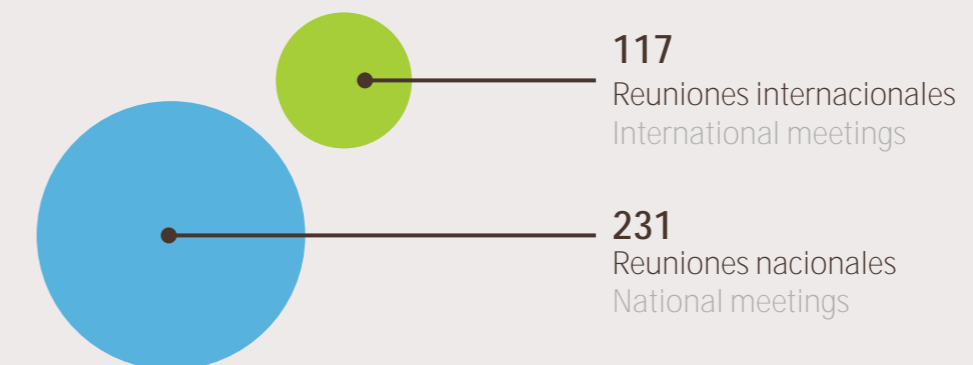
“ Business tourism, conferences and incentives are strategic for the city, due to the consequent off-peak seasonal effect and greater average length of stay ”

F TURISMO DE REUNIONES MICE TOURISM

NÚMERO DE ASISTENTES A CONGRESOS, CONVENCIONES, PRESENTACIONES DE PRODUCTO E INCENTIVOS
NUMBER OF ATTENDANTS AT CONFERENCES, CONVENTIONS, PRODUCT PRESENTATIONS AND INCENTIVES



NÚMERO DE CONGRESOS, CONVENCIONES, PRESENTACIONES DE PRODUCTO E INCENTIVOS
NUMBER OF CONFERENCES, CONVENTIONS, PRODUCT PRESENTATIONS AND INCENTIVES



Fuente: Turismo Valencia. Source: Valencia Tourism.

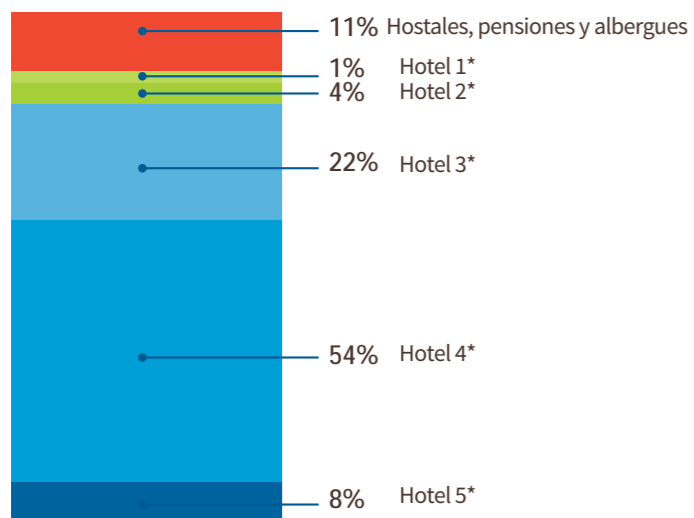
04 OFERTA TURÍSTICA Tourism supply

A ALOJAMIENTO ACCOMODATION

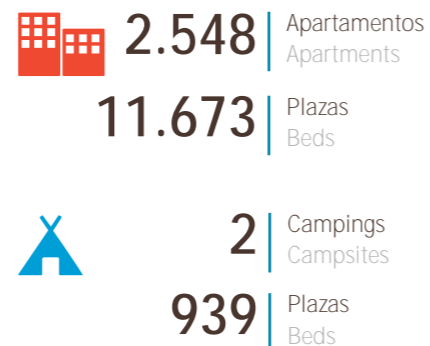
OFERTA HOTELERA I ACCOMMODATION OPTIONS

	CATEGORÍA CATEGORY	ESTABLECIMIENTOS ESTABLISHMENTS	HABITACIONES ROOMS	PLAZAS BEDS
HOTELES HOTELS	5*	5	717	1.432
	4*	36	5.072	9.817
	3*	29	2.110	4.021
	2*	9	421	787
	1*	3	79	134
HOSTALES, PENSIONES Y ALBERGUES HOSTELS, GUESTHOUSES AND LODGINGS		61	997	1.924
TOTAL		143	9.396	18.115

% HABITACIONES SEGÚN CATEGORÍA % ROOMS BY CATEGORY



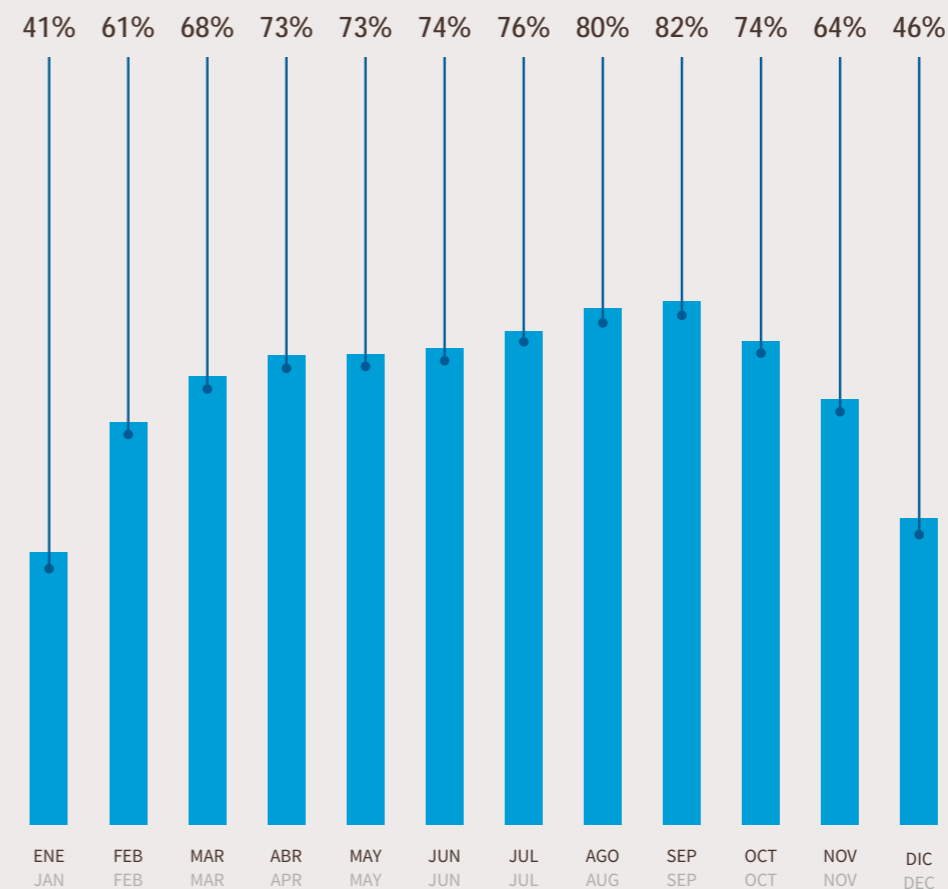
OTROS ALOJAMIENTOS OTHER ACCOMMODATION



Fuente: Conselleria de Turismo · Source: Turismo Valencia & Regional Tourism Department.

B OCUPACIÓN HOTELERA HOTEL OCCUPANCY

OCUPACIÓN DE HABITACIONES I HOTEL OCCUPANCY



“ La ocupación hotelera se incrementó 4 puntos, situándose en 67,64% ”

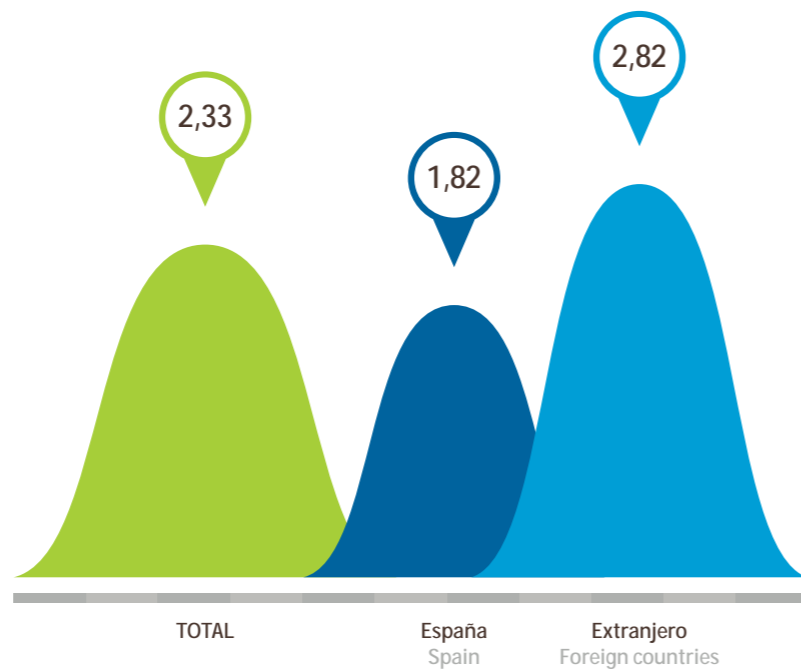
“ The hotel occupancy rate rose by 4 points, standing at 67.64% ”

Fuente · Source: INE (EOH +EOAT).

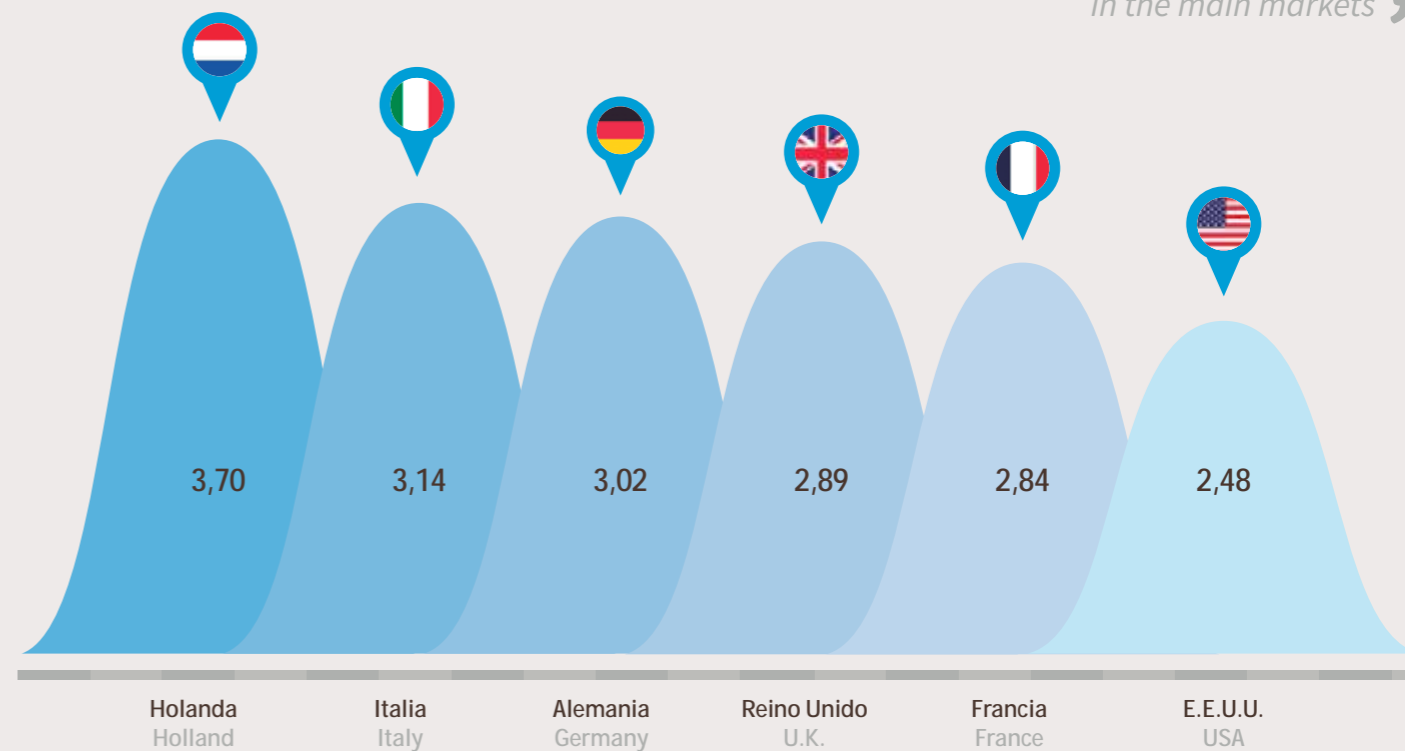


C ESTANCIA MEDIA DE LOS TURISTAS
AVERAGE HOTEL STAY

ESTANCIA MEDIA EN LOS HOTELES Y APARTAMENTOS (NOCHES)
AVERAGE HOTEL AND APPARTMENTS STAY (NIGHTS)



ESTANCIA MEDIA SEGÚN EL PAÍS DE RESIDENCIA
AVERAGE STAY TIME PER COUNTRY OF ORIGIN



“ La estancia media subió un 6,1% en Valencia, con elevados registros en los principales mercados emisores ”

“ The average length of stay increased by 6.1% in Valencia, with higher values registered in the main markets ”

D OFERTA CULTURAL Y DE OCIO. CULTURAL AND LEISURE OPTIONS

CULTURA

- **Patrimonio de la Humanidad:** Lonja de la Seda, Tribunal de las Aguas y Fallas
- **Museos:** 47
- **Teatros:** 14 (Representaciones teatrales y danza)
- **Palau de la Música** (Música sinfónica y clásica, ópera, conciertos y exposiciones artísticas)
- **Palau de les Arts Reina Sofía** (Ópera, música, ballet y teatro)
- **Ruta de la Seda**
- **Santo Grial**

GASTRONOMÍA

- **Restaurantes y Bares:** 2.377

ESPACIOS NATURALES

- **Parque Natural de la Albufera (21.120 Ha) y Dehesa del Saler**
- **Zonas verdes, parques y jardines:** alrededor de 5 km²
- **Bioparc:** Parque zoológico de más de 10 Ha
- **Oceanogràfic:** Mayor acuario de Europa con 11 Ha
- **Playas:** Alrededor de 20 km de playa

OTROS

- **Puertos deportivos:** Real Club Náutico y Marina Real
- **Clubs de golf:** 10
- **Oficinas de Información Turística:** 7 (6 Tourist Info de Turismo Valencia)
- **Festividades locales:** San Vicente Mártir (22 de enero), San José (19 de marzo), San Vicente Ferrer (5 de abril, trasladada al lunes siguiente de Pascua), Sant Dionís (9 de octubre, día de la Comunidad Valenciana).

Fuentes: Anuario Estadístico Municipal y Turismo Valencia.
Sources: Municipal Statistics Yearbook and Valencia Tourism.

CULTURE

- **World Heritage Monument:** Lonja de la Seda (the Silk Exchange) and Tribunal de las Aguas
- **Museums:** 47
- **Theaters:** (Theatre and dance performances): 13
- **Palau de la Musica** (Symphonic and classical music, opera, concerts and artistic shows)
- **Palau de les Arts Reina Sofia** (Opera, music, ballet and theatre)
- **Ruta de la Seda**
- **Santo Grial**

GASTRONOMY

- **Restaurants and bars:** 2.367

NATURAL SPACES

- **La Albufera Natural Park (21.120 Ha) and Dehesa del Saler**
- **Green zones, parks and gardens:** Around 5 km²
- **Bioparc:** Zoo, in over 10 hectares of grounds
- **Oceanogràfic:** Europe's biggest aquarium, covering 11 Hectares
- **Beaches:** Around 19 km of beaches

OTHER

- **Moorings in sporting marinas:** 1.466 in the Royal Nautical Club and 820 in the Juan Carlos I Marina
- **Golf courses:** 10
- **Tourist Information Offices:** 6
- **Local holidays:** San Vicente Mártir (January 22), San José (March 19), San Vincent Ferrer (April 5, celebrated on the Monday following Easter), San Dionís (October 9, day of the Autonomous Community of Valencia).

VISITANTES A MUSEOS Y MONUMENTOS

VISITORS TO THE MUSEUMS AND MONUMENTS

	2016
L'OCEANOGRÀFIC*	1.091.717
MUSEO DE LAS CIENCIAS PRÍNCIPE FELIPE*	560.400
BIOPARC	570.000
LONJA	503.274
L'HEMISFÈRIC*	307.959
CENTRO CULTURAL LA BENEFICENCIA	207.106
MUVIM	205.839
TORRES DE SERRANOS	175.375
MUSEO NACIONAL DE CERÁMICA GONZÁLEZ MARTÍ	166.286
MUSEO DE BELLAS ARTES	132.069
IVAM	123.144
MUSEO HISTÓRICO	103.923
MUSEO FALLERO	88.059
CENTRE DEL CARMÉ	75.918
L'ALMOINA	68.290
MUSEO DE CIENCIAS NATURALES	67.124
MUSEO DEL CORPUS - CASA DE LAS ROCAS	64.802
TORRES DE QUART	57.544
MUSEO TAURINO	40.443
ALMUDÍN	20.269
MUSEO DE HISTORIA DE VALENCIA	19.991
CRIPTA DE SAN VICENTE	15.748
MUSEO DE LA CIUDAD	14.669
CASA-MUSEO BENLLIURE	12.215
CASA-MUSEO BLASCO IBAÑEZ	11.733
MUSEO DE LA SEMANA SANTA MARINERA	10.127
ATARAZANAS	9.671
PALACIO CERVELLÓ	7.321
GALERÍA EL TOSSAL	5.595
SALA MUNICIPAL D'EXPOSICIONS	2.946
CASA-MUSEO CONCHA PIQUER	895

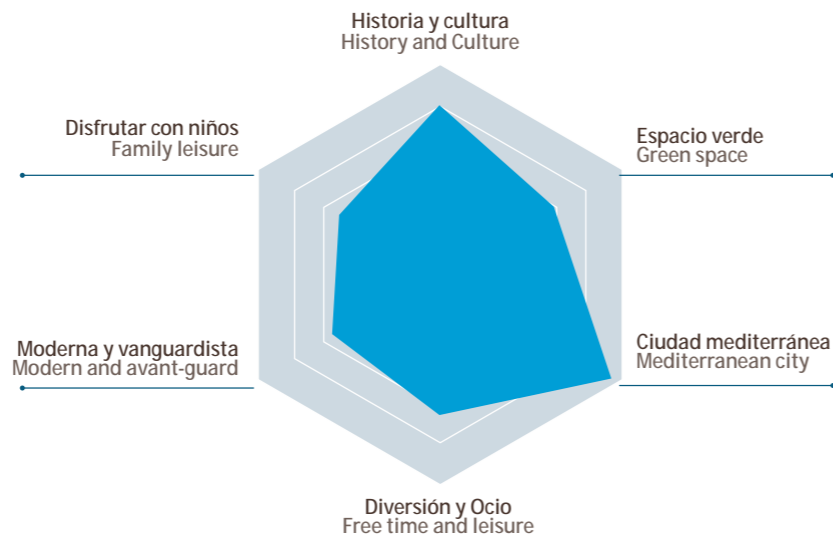
*Solo se contabilizan las entradas pagadas.

*Only paid entries are taken into account.

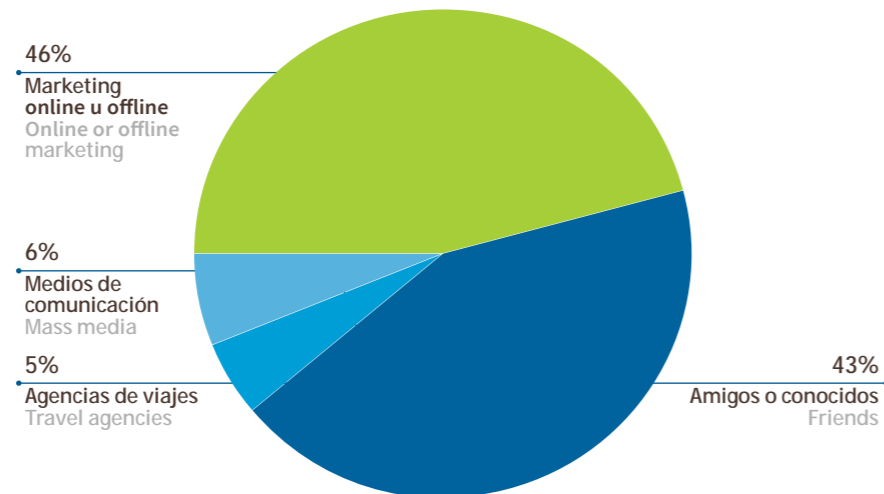
Fuentes: Ayuntamiento de Valencia y Museos, Monumentos y Atracciones citadas.
Sources: Valencia Municipality and cited museums, monuments and attractions.

E CONOCIMIENTO DE LA CIUDAD PREVIO A LA VISITA
KNOWLEDGE OF THE CITY PRIOR TO VISIT

IMAGEN PREVIA DE VALENCIA
PRIOR IMAGE OF VALENCIA

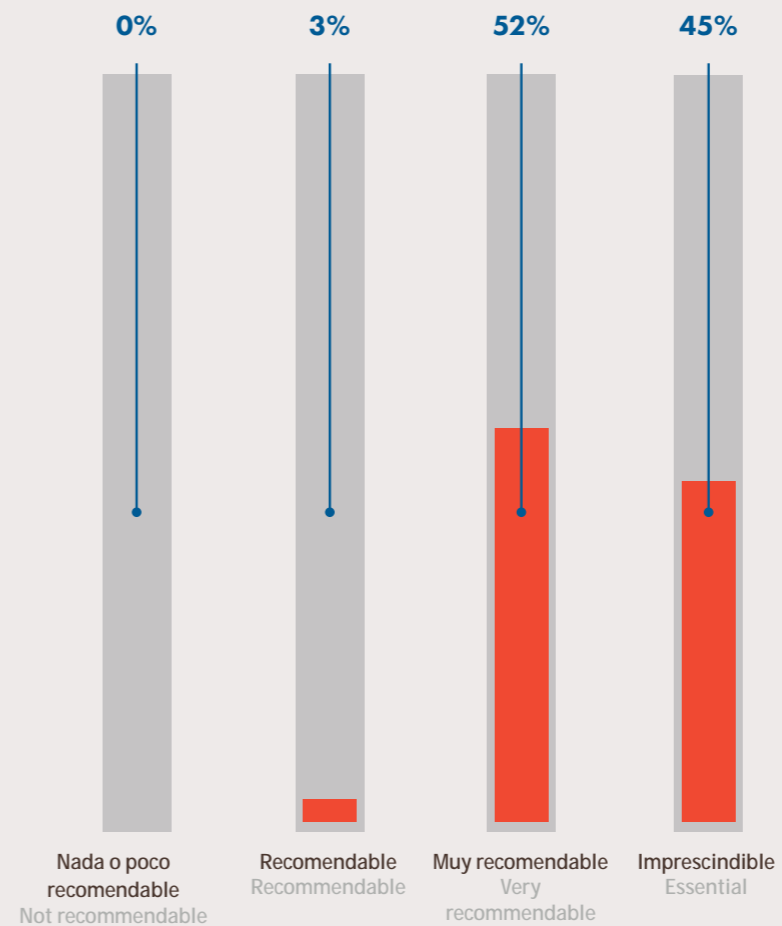


MEDIOS DE PRESCRIPCIÓN E INFORMACIÓN SOBRE EL DESTINO
DESTINATION REFERAL AND INFORMATION MEANS



F VALORACIÓN DE LA OFERTA
SUPPLY ASSESMENT

PREDISPOSICIÓN DE LOS TURISTAS A RECOMENDAR VALENCIA
TENDENCY OF TOURIST TO RECOMMEND VALENCIA



Fuente: Turismo Valencia. Source: Valencia Tourism.



05 INDICADORES ECONÓMICOS DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE VALENCIA

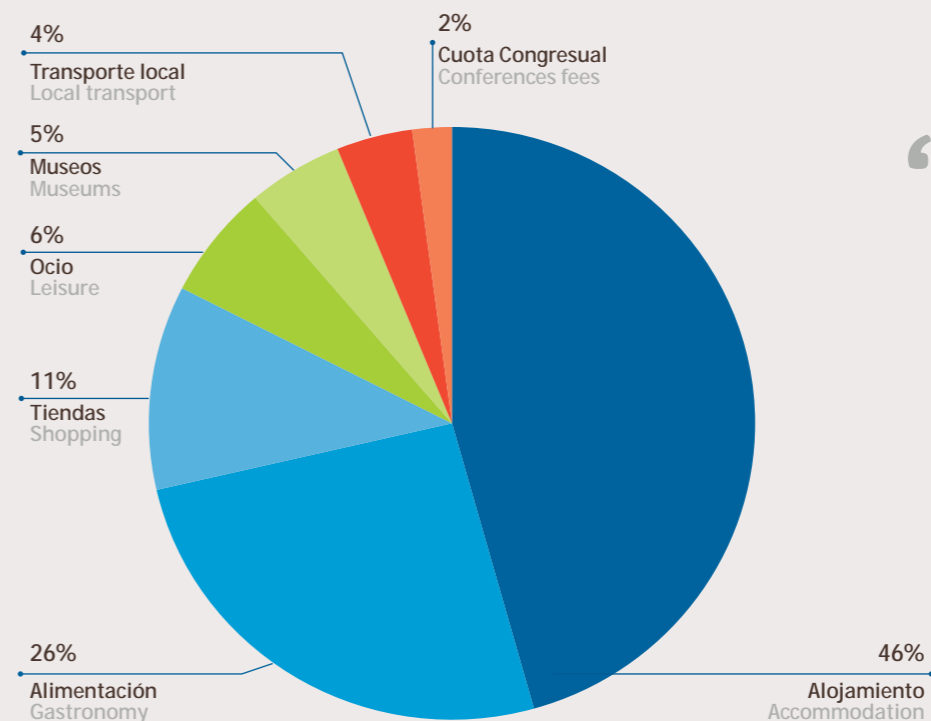
Economic indicators of tourism in the city of Valencia



PRINCIPALES DATOS MAIN DATA

Millones de euros de impacto económico del turismo Economic impact of tourist activities	En 2015 1.157	En 2016 1.383
Empleos directos generados por el turismo Direct employment generated by tourism activities	En 2015 8.247	En 2016 9.778
Empleo directo e inducido generados por el turismo Direct and induced employment generated by tourism activities	En 2015 16.660	En 2016 19.751

DISTRIBUCIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO ENTRE LA OFERTA DE LA CIUDAD DISTRIBUTION OF DIRECT ECONOMIC IMPACT IN THE CITY SUPPLY



“ El turismo es un claro motor económico en la ciudad de Valencia, con el alojamiento, la gastronomía y las compras como principales sectores beneficiarios del impacto directo de esta actividad ”

“ Tourism is clearly a driver of the economy in the city of Valencia, with accommodation, food and shopping being the main sectors to benefit from the direct impact of this activity ”

06 ACTIVIDADES DE TURISMO VALENCIA

Valencia Tourism activities

1 ESTRATEGIA 1. CREAR VALOR PARA EL VISITANTE STRATEGY 1. CREATING VALUE FOR THE VISITOR

DESARROLLO DE PROGRAMAS DE PRODUCTO DEVELOPMENT OF PRODUCT PROGRAMMES



VALENCIA CONVENTION BUREAU

Programa constituido | Programme established

Nueva campaña audiovisual y gráfica
New audiovisual and graphics campaign

Díptico y guía lugares singulares
Leaflet and guide to unique places

Nueva web | New website
www.valenciaconventionbureau.com

3 ferias profesionales | trade shows

16 visitas de inspección | inspection visits

16 workshops | workshops

8 viajes de familiarización | fam trips

38 congresos ICCA con **17.300** delegados
ICCA conventions with delegates

23 candidaturas ganadas en 2016 con
candidatures won in 2016 with

13.600 delegados
delegates



GASTRONOMÍA | GASTRONOMY

Programa constituido | Programme established

3 presentaciones gastronómicas
gastronomy presentations

14 viajes de prensa y fam trips
press trips and fam trips

Agenda gastronómica con **6** eventos propios y **3**
en colaboración
Cuisine agenda with 6 own events and 3 in collaboration

2 nuevos productos gastronómicos
new gastronomic products

24.519 menús vendidos
menus sold

780.000€ ventas generadas en los restaurantes
sales generated at the restaurants

Nueva campaña audiovisual y gráfica
New audiovisual and graphics campaign



VLC SPORTS

Programa en desarrollo | Programme in progress

Nuevo audiovisual | New audiovisual

25 acciones promocionales
promotional actions

Apoyo y promoción de la Maratón, media Maratón de Valencia – Gold Label de la IAAF, del Triatlón y Gran Premio Moto GP | Support and promotion of the Valencia Marathon, half Marathon – IAAF Gold Label, the Triathlon and Moto GP Grand Prix.



CULTURAL

Programa en desarrollo | Programme in progress

Colaboración con otras Administraciones Públicas
Collaboration with other Public Administrations

Promoción de la Ruta de la Seda, Valencia Ciudad del Grial y Fallas Patrimonio de la Humanidad | Promotion of the Valencia Silk Route, City of the Grail, the Fallas, World Heritage

3 nuevas rutas guiadas temáticas
new themed guided routes

Máximo protagonismo de la oferta cultural en todas las acciones promocionales | Prominence of the cultural offer in all promotional actions.



FILM OFFICE

Programa constituido | Programme established

5 ferias profesionales | trade shows

Scouting con **12** productoras
Scouting with 12 production companies

Guía de localizaciones y suplemento de profesionales
Locations guide and supplement for professionals

Nueva web | New web
www.vlcfilmoffice.com

196 solicitudes de información de rodaje atendidas
requests for filming information expected

150 rodajes en la ciudad
film shoots in the city



VLC CRUISES

Programa constituido | Programme established

Intensa agenda de contactos incluyendo | Intense agenda of professional relations including:

1 feria profesional trade show **2** encuentros del sector workshops

Nuevo audiovisual y guía de cruceros
New audiovisual and guide for cruises

2 visitas de inspección con navieras
inspection visits with shipping companies

403.000 cruceristas (+9%)
cruise passengers (+9%)



SHOPPING

Programa en desarrollo | Programme in progress

Colaboración en las 2 ediciones de la Shopening Night
Collaboration in the two Shopening Night

Guía shopping | Shopping guide



EXCELLENCE

Programa en desarrollo
Programme in progress

2 ferias profesionales | trade shows

2 famtrips

1 workshop

1 viaje de prensa | press trip



NATURALEZA

Programa en desarrollo
Programme in progress

Máximo protagonismo de la Albufera en todas las acciones promocionales | Prominence of the Albufera in all promotional actions.

Tours por Albufera y L'Horta
Tours at Albufera and Horta

INNOVACIÓN Y MEJORA EN LA ATENCIÓN AL TURISTA
INNOVATION AND IMPROVEMENT TO TOURIST SERVICES

TOURIST INFO 

6 puntos de Información Turística
tourist information points

192.041 visitantes
visitors

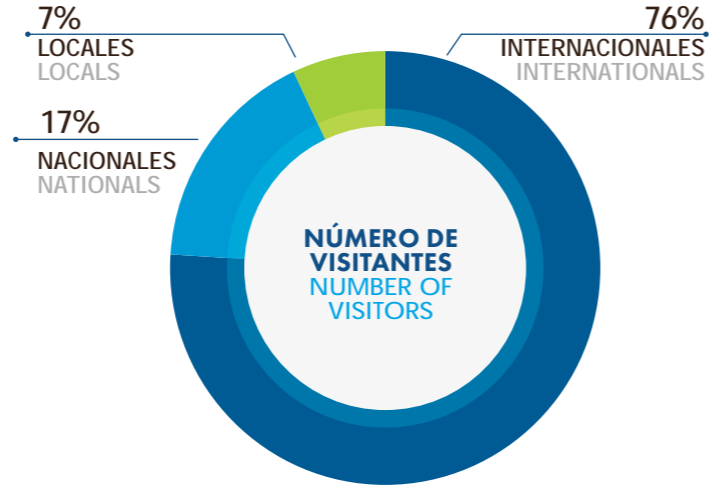
Servicio de devolución del IVA Tax Free en OIT Paz
VAT refund service, Tax Free at the Tourist Office, Calle Paz

Reubicación oficinas Ayuntamiento, Paz y Playa y reestructuración oficina aeropuerto

Relocation of the offices at City Hall, Calle Paz and Beach and restructuring of the airport office

Premio al mejor informador europeo del año 2016
Prize for best European informer of 2016

VENTAS 4.057.788 € | ventas e ingresos publicitarios
advertising revenue and sales



TOURIST INFO | TOURIST INFO

82.709 compradores
buyers

2.070.622 € volumen de ventas (+1%)
volume of sales (+1%)

400 referencias a la venta
references to sales

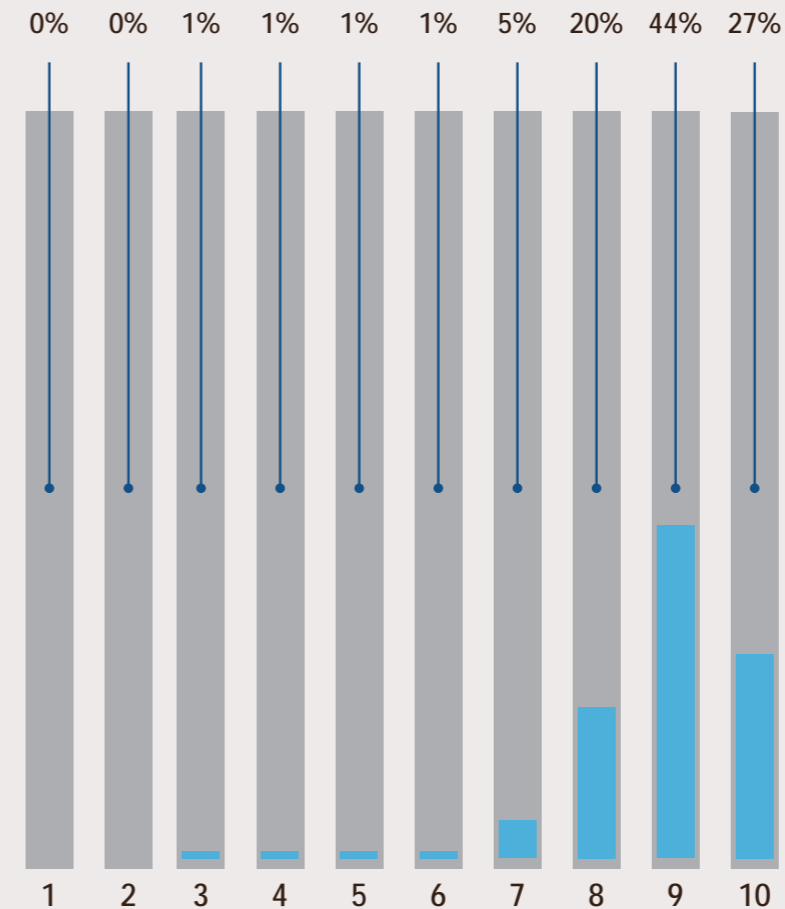
TIENDA ONLINE | ONLINE STORE

37.320 compradores
buyers

1.190.961 € volumen de ventas (+1%)
volume of sales (+1%)

100 referencias a la venta
references to sales

PUNTUACIÓN DE LOS TURISTAS A LA ATENCIÓN RECIBIDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
TOURIST EVALUATION OF ATTENTION RECEIVED IN TOURIST INFORMATION OFFICES



* Últimos datos disponibles 2015. Latest figures available 2015.

“ Más del 90% de los turistas recomendarían la ciudad como destino turístico y quedan satisfechos con la atención recibida en las oficinas de información ”

“ Over 90% of tourists would recommend the city as a tourist destination and are satisfied with the attention received in tourist information offices ”



2 ESTRATEGIA 2. ACTUALIZAR LA MARCA VALENCIA. PROMOCIÓN MÁS SEGMENTADA Y TECNOLÓGICA STRATEGY 2. UPDATING THE VALENCIA BRAND MORE SEGMENTED AND TECHNOLOGICAL PROMOTION

REFUERZO DE LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN STRENGTHENING PROMOTION AND MARKETING

Más de **400** acciones en **32** mercados | More than **400** actions in **32** markets

19 presentaciones de destino | destination presentations

22 ferias | fairs

23 workshops

21 fam trips

54 viajes de prensa | press trips

Más de **2.600** profesionales del sector | Over **2,600** professionals from the sector

240 periodistas atendidos | journalists attended

Más de **700** reportajes y noticias publicadas | Over **700** reports and news articles published



MEJORA DE LA CONECTIVIDAD IMPROVEMENT IN CONNECTIONS

450.000 nuevas plazas aéreas internacionales en 2016 | new international airline seats in 2016

14 nuevas conexiones otoño-invierno 2016/17 | new autumn-winter connections 2016/17

24 nuevas conexiones primavera-verano 2017 | new spring-summer connections 2017

Participación en Europe Routes y World Routes | Participation in Europe Routes and World Routes

Workshop **Fly Valencia Meeting**





ACTUALIZACIÓN DE LA MARCA Y MODERNIZACIÓN DE SOPORTES Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN
 UPDATING THE BRAND AND MODERNISING COMMUNICATION TOOLS AND FORMATS

ACTIVIDAD EN LAS WEBS TURÍSTICAS DE TURISMO VALENCIA
 VISITS TO THE VALENCIA TOURISM WEBSITES
 (visitvalencia.com, valenciaturistcard.com, valenciacuinaoberta.com...)

Campaña "Infinitamente Mediterránea" en medios online
 "Infinitely Mediterranean" on online media

- 4.075.000** visitas web (+31%)
website visits (+31%)
- 16.500.000** páginas vistas (+25%)
pages visited (+25%)
- 5.851** clientes atendidos a través del chat en 6 idiomas
customers attended to via the chat in 6 languages

Refuerzo posicionamiento **SEO+SEM**
 Strengthening of SEO+SEM positioning

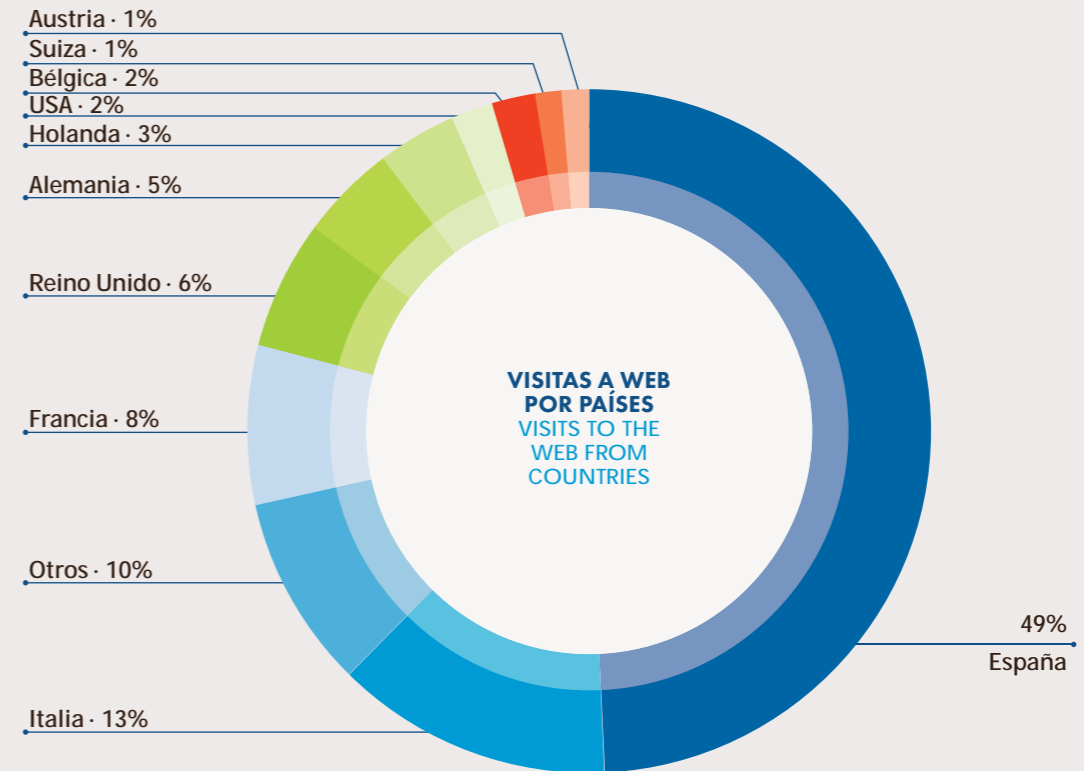
Migración al dominio **visitvalencia.com**
 Migration to the domain visitvalencia.com

- 260.000** seguidores en RRSS y suscriptores
social network followers and subscribers

Dispositivos desde donde se visita **www.visitvalencia.com**
 Devices used to log on to **www.visitvalencia.com**



VISITAS POR PRINCIPALES PAISES A WEBS DE TURISMO VALENCIA
 VISITS FROM MAJOR COUNTRIES TO VALENCIA TOURISM WEBSITES





3 ESTRATEGIA 3: UN DESTINO INTELIGENTE Y SOSTENIBLE STRATEGY 3: A SMART AND SUSTAINABLE DESTINATION

MÁS CONOCIMIENTO MORE KNOWLEDGE

- Diagnóstico del sistema de información actual y búsqueda de nuevas fuentes de datos.
- Diagnosis of the current information system and search for new sources of information.
- Rediseño de instrumentos y procedimientos del Sistema de Inteligencia Turística.
- Redesign of instruments and procedures of the Smart Tourism System.

SOSTENIBILIDAD SOCIAL ECONÓMICA Y MEDIOAMBIENTAL Y CALIDAD SOCIAL, ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY AND QUALITY

- Mesa de trabajo sobre normativa de apartamentos turísticos.
- Working group on regulations for tourist apartments.
- Diseño de un plan de accesibilidad y sostenibilidad.
- Design of a plan for accessibility and sustainability.
- Renovación de **certificaciones de calidad**.
- Renewal of quality certificates.
- Turismo Valencia ente gestor del SICTED: **74** establecimientos obtienen o renuevan su distintivo de compromiso de calidad (SICTED).
- Valencia Tourism managing body of SICTED: 74 establishments obtain or renew their badge for commitment to quality (SICTED).

4 ESTRATEGIA 4. GOBERNANZA TRANSPARENTE, EFICIENTE Y COLABORATIVA STRATEGY 4. TRANSPARENT, EFFICIENT AND COLLABORATIVE GOVERNANCE

DESARROLLO DE UN NUEVO MARCO INSTITUCIONAL DEVELOPMENT OF A NEW INSTITUTIONAL FRAMEWORK

- Plan Estratégico 2016-2020.
- 2016-2020 Strategy Plan.
- Dinamización de la Comisión Municipal de Turismo.
- Revitalisation of the Municipal Tourism Committee.
- Creación y refuerzo Servicio Municipal de Turismo.
- Creation and reinforcement of the Municipal Tourism Service.
- Acuerdos de colaboración y acciones conjuntas con la Agència Valenciana del Turisme y Patronato Provincial de Turismo de Valencia.
- Collaboration agreements and combined actions with the Valencia Tourism Agency and the Provincial Tourist Board of Valencia.

GESTIÓN EFICIENTE, TRANSPARENTE Y PARTICIPATIVA EFFICIENT, TRANSPARENT AND PARTICIPATIVE MANAGEMENT

- Cambios de los estatutos de la Fundación para adaptarla a la legalidad vigente.
- Changes to the statutes of the Foundation to adapt it to current law.
- Mayor protagonismo empresarial en la gestión.
- Greater prominence of businesses in management.
- Puesta en marcha del nuevo modelo de participación y cogestión a través de programas de producto.
- Setting up of the new participation and co-management model via product programmes.

279 asociados a la Fundación
associated companies



METODOLOGÍA

Methodology

Este documento estadístico se elabora en base a fuentes de datos externas así como con los propios estudios e investigaciones llevados a cabo por Turismo Valencia.

Los volúmenes de viajeros, pernoctaciones y ocupación se obtienen sumando las cifras de la Encuesta de Ocupación Hotelera y de la Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos del INE.

La Fundación también analiza detalladamente la actividad congresual en la ciudad gracias a la colaboración de las propias sedes congresuales. De este ejercicio se extraen los indicadores sobre este tema. Hay que advertir que, también en este tema se ha variado la metodología, para publicar estimaciones más rigurosas y contrastadas.

El resto de datos de esta publicación tienen su fuente en los organismos y entidades citadas que han colaborado con Turismo Valencia en la elaboración del documento. A todas ellas les agradecemos su implicación.

This statistical document is created based on a combination of external data sources and studies and research carried out by Valencia Tourism.

Visitor, overnight stay and occupancy numbers are obtained by adding the figures from the Hotel Occupancy Survey and the INE Tourist Apartment Occupancy Survey.

The Foundation also analyses congressional activity in the city in detail, thanks to the collaboration of the congressional centres themselves. The indicators relating to this area are extracted from this financial year. It should be pointed out that the methodology has also been modified in this area, in order to publish more accurate and contrasting estimations.

The remaining data in this publication are sourced from the cited bodies and entities that have collaborated with Valencia Tourism in the creation of the document. We would like to thank all of them for their involvement.

VLC  **TURISMO
VALENCIA**
www.visitvalencia.com



AJUNTAMENT DE VALÈNCIA
ÀREA DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC SOSTENIBLE
REGIDORIA DE TURISME

Follow **visit Valencia**

