

VLC VALÈNCIA
ESTADÍSTICAS DE
TURISMO
— 2018 —



TOURISM  STATISTICS



El turismo en València mantuvo en 2018 una evolución positiva, según los datos recogidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Las pernoctaciones registraron un incremento interanual del 3,9% (4.974.338) y los viajeros del 2,8% (2.064.094). El motor de dicho crecimiento fue, una año más, la demanda internacional, que ya supone el 64,9% del total con Italia, Holanda, Reino Unido, Alemania, Francia y Bélgica a la cabeza. Las pernoctaciones extranjeras se incrementaron un 7,5% (3.228.779) mientras que las nacionales bajaron un 2,3% (1.745.559).

Especialmente importante por los efectos positivos para la ciudad fue la mejora de la rentabilidad, con todos los indicadores en positivo. El RevPar subió un 12,7% (60,4 euros), el precio medio un 6,1% (80,8 euros), la ocupación hotelera 4 puntos (73,89%) y la estancia media un 1,1% (2,41 noches).

Además, las llegadas al aeropuerto se incrementaron un 15,4% (3.885.014) según las cifras de AENA, con un crecimiento del 8,5% en las nacionales (1.036.687) y un 18,1% las internacionales (2.848.327). Por su parte, los pasajeros de los cruceros también crecieron, un 2,2% (421.518) según Puertos del Estado.

Tourism in València maintained its upward trend in 2018, according to data collected by the National Institute of Statistics (INE, Spanish acronym). There was an inter-annual increase of 3.9% in overnight stays (4,974,338) and of 2.8% in travellers (2,064,094). The driving force behind this rise was, once again, international demand, which already accounts for 64.9% of the total, with Italy, the Netherlands, the United Kingdom, Germany, France and Belgium leading the way. Foreign overnight stays increased by 7.5% (3,228,779), whereas domestic ones decreased by 2.3% (1,745,559).

All the indicators were up, which demonstrates the positive effects for the city in terms of improved profitability. The RevPar index rose by 12.7% (60.4 euros), the average price by 6.1% (80.8 euros), the hotel occupancy by 4 points (73.89%) and the average stay by 1.1% (2.41 nights).

In addition, arrivals at the airport increased by 15.4% (3,885,014), according to AENA's figures, with a rise of 8.5% in national arrivals (1,036,687) and of 18.1%, in international (2,848,327). On the other hand, cruise passengers also grew by 2.2% (421,518), according to State Ports Authorities.

	PÁG.
01 GEOGRAFÍA Y POBLACIÓN. GEOGRAPHY AND POPULATION	6
02 TRANSPORTES. TRANSPORTS	8
03 DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA. TOURISM DEMAND AND SUPPLY	10
A- Viajeros y pernoctaciones en hoteles y apartamentos registrados. Visitors and overnight stays in hotels and registered apartments	11
B- Viajeros y pernoctaciones según país de residencia. Visitors and overnight stays by country of residence	12
C- Estacionalidad. Seasonality	13
D- Perfil del turista de ocio. Leisure tourist profile	14
E- Turismo de cruceros. Cruise tourism	17
F- Turismo de reuniones. Congress tourism	19
G- Alojamiento. Accommodation	20
H- Ocupación hotelera. Hotel occupancy	21
I- Estancia media de los turistas. Average hotel stay	22
J- Oferta cultural y de ocio. Cultural and leisure options	24
K- Conocimiento de la ciudad previo a la visita. Knowledge of the city prior to visit	26
L- Valoración de la oferta. Supply assessment	27
04 ACTIVIDADES DE TURISMO VALÈNCIA. VALÈNCIA TOURISM ACTIVITIES	28
Estrategia 1. Crear valor para el visitante. Strategy 1. Creating value for the visitor	28
Estrategia 2. Actualizar la marca València. Promoción más segmentada y tecnológica.	34
Strategy 2. Updating the València brand more segmented and technological promotion	
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	40
05 METODOLOGÍA. METHODOLOGY	42

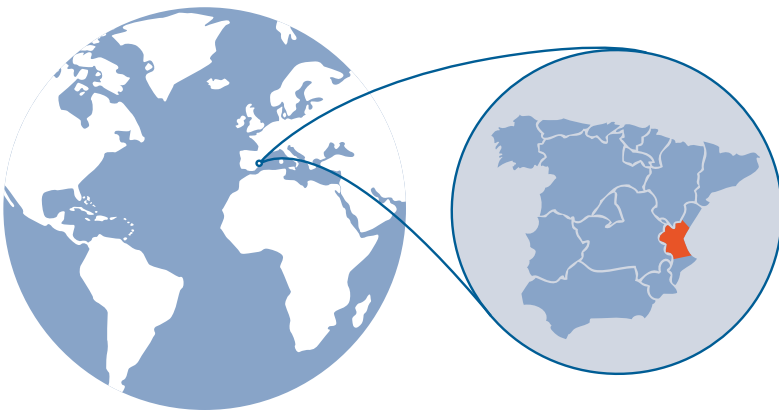
DIEZ CLAVES
DEL TURISMO
EN VALÈNCIA
EN 2018

1. València registró 4.974.338 pernoctaciones y 2.064.094 viajeros.
2. La demanda total creció un 3,9% en pernoctaciones y un 2,8% en viajeros.
3. Las pernoctaciones internacionales ascendieron un 7,5%.
4. Dos tercios de las pernoctaciones fueron de turistas extranjeros.
5. Mejoraron el RevPar, el precio medio, la ocupación y la estancia media.
6. El turismo de reuniones mantuvo su buen comportamiento.
7. Las llegadas al aeropuerto se incrementaron un 15,4%, las internacionales un 18,1% y las nacionales un 8,5%.
8. La cifra de pasajeros en cruceros mejoró un 2,2%.
9. A lo largo de todo el ejercicio se mantuvo la tendencia alcista de la actividad turística de los últimos años.
10. En resumen, mejoró la rentabilidad y la desestacionalización del destino.

TEN KEYS
ON TOURISM
IN VALÈNCIA
2018

1. València recorded 4.974.338 overnight stays and 2.064.094 visitors.
2. Total demand grew by 3,9% for overnight stays and 2,8% for visitors.
3. International overnight stays grew by 7,5%.
4. Two thirds of the overnight stays were foreign tourists.
5. RevPar, average price, hotel occupancy and average lenght of stay improved.
6. Business tourism continued its pattern of growth in València.
7. Overall arrivals at the airport increased by 15.4%, while international arrivals grew by 18.1% and nationals by 8.5%.
8. At the port, passenger numbers grew by 2,2%.
9. The upward trend in tourist activity of recent years continued throughout the year.
10. In summary, both profitability and the deseasonalisation of the destination improved.

GEOGRAFÍA | GEOGRAPHY



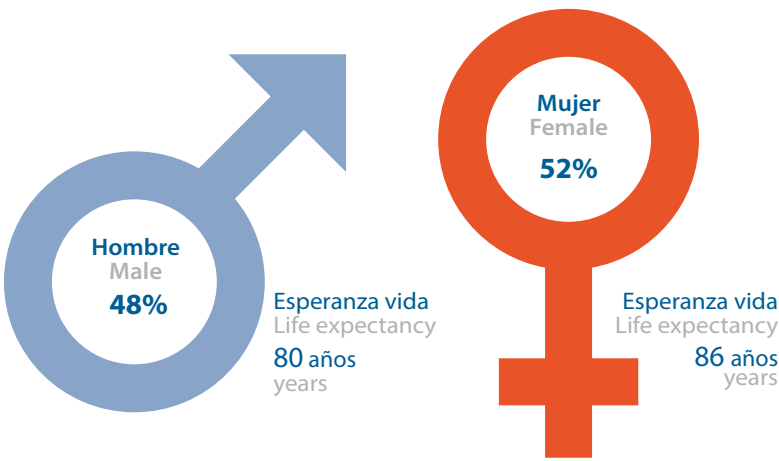
Latitud · Latitude
39° 28' 16" N

Longitud · Longitude
0° 22' 23" O

Altitud · Altitude
13 metros (Ayuntamiento · Town Hall)

Superficie · Surface area
138,3 km²

POBLACIÓN | POPULATION



798.538 Habs.
Población ciudad
City population

1.559.908 Habs.
Población incluyendo área metropolitana
Population including metropolitan area

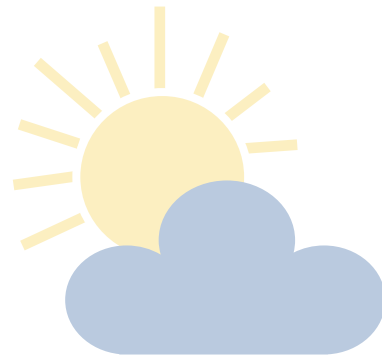
142.159 Habs. - 17,8%
Población nacida en el extranjero
Population born abroad

CLIMATOLOGÍA | CLIMATOLOGY

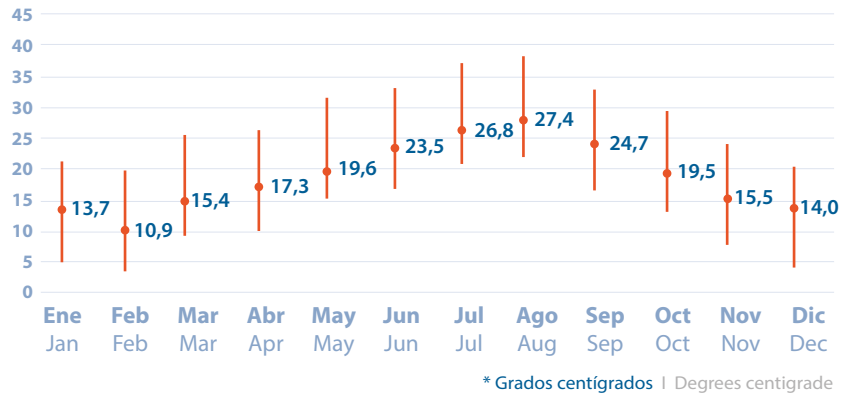
19 °C | Temperatura media
Average temperature

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

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



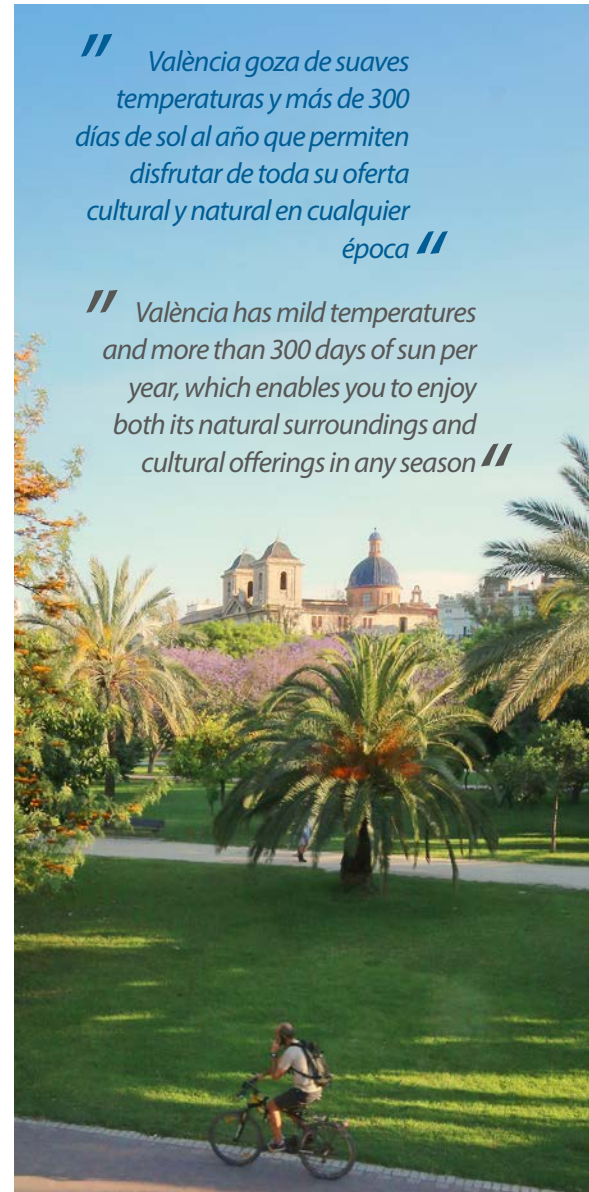
TEMPERATURAS* MÁXIMAS, MÍNIMAS Y MEDIAS MENSUALES
MAXIMUM, MINIM AND MONTHLY AVERAGE TEMPERATURES*



Fuentes: Anuario Estadístico Municipal e Instituto Nacional de Meteorología.
Sources: Municipal statistics yearbook and National Institute of Meteorology.

“ València goza de suaves temperaturas y más de 300 días de sol al año que permiten disfrutar de toda su oferta cultural y natural en cualquier época ”

“ València has mild temperatures and more than 300 days of sun per year, which enables you to enjoy both its natural surroundings and cultural offerings in any season ”



RUTAS DESDE EL AEROPUERTO DE VALÈNCIA
ROUTES FROM VALÈNCIA'S AIRPORT

3.885.014

Total pasajeros llegados
al aeropuerto en 2018
Passengers arrived to
the airport in 2018

67

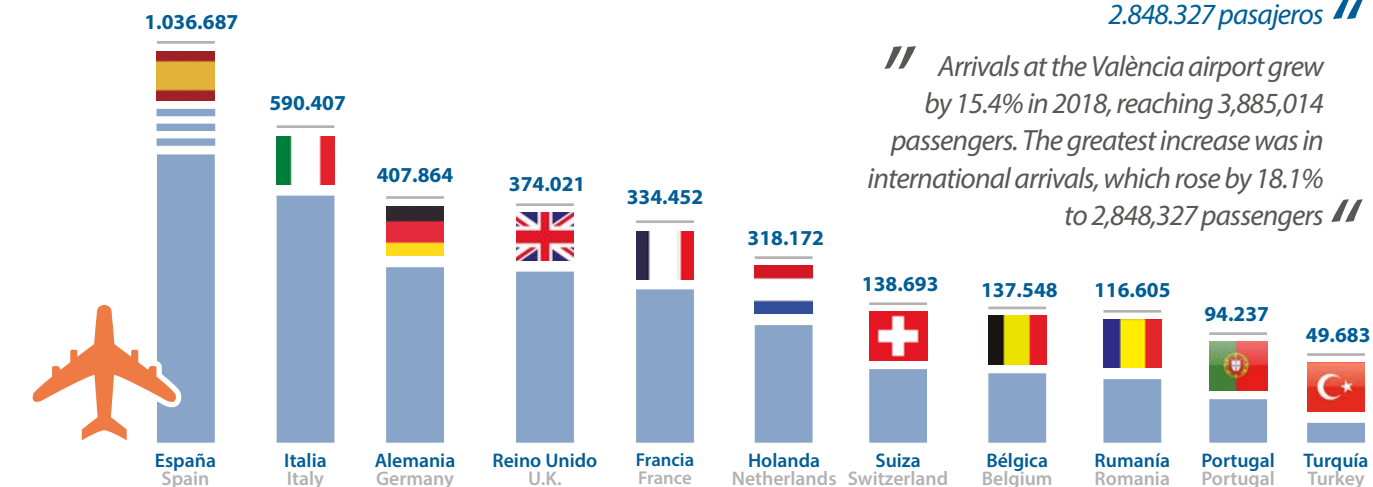
Conexiones internacionales
International air connections

18

Conexiones nacionales
National air connections



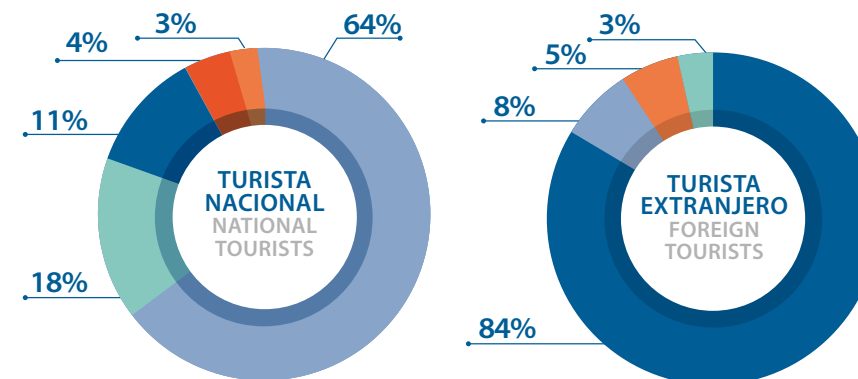
PASAJEROS LLEGADOS DE LOS PRINCIPALES DESTINOS
PASSENGERS ARRIVING FROM MAIN DESTINATIONS



“ Las llegadas al aeropuerto de València crecieron un 15,4% en 2018 con 3.885.014 pasajeros. El mayor incremento se dio en llegadas internacionales, un 18,1% con 2.848.327 pasajeros ”

“ Arrivals at the València airport grew by 15.4% in 2018, reaching 3,885,014 passengers. The greatest increase was in international arrivals, which rose by 18.1% to 2,848,327 passengers ”

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

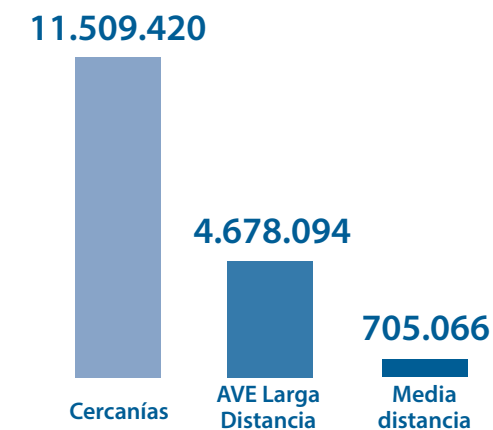


OFERTA DE TRANSPORTE URBANO
PUBLIC TRANSPORT SUPPLY



Fuentes • Sources: AENA, RENFE, EMT, Metro València, Turismo València y Ayto Serv. Mobilitat Sostenible.

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

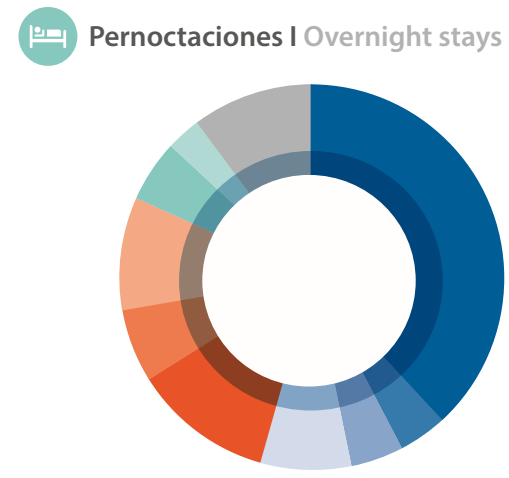




A VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y APARTAMENTOS REGISTRADOS
VISITORS AND OVERNIGHT STAYS IN HOTELS AND REGISTERED APARTMENTS



* Datos provisionales | Provisional data



- ESPAÑA **35%**
- ALEMANIA **5%**
- FRANCIA **4%**
- HOLANDA **9%**
- ITALIA **13%**
- REINO UNIDO **7%**
- RESTO UNIÓN EUROPEA **10%**
- EUROPA EXCL. UNIÓN EUROPEA **5%**
- E.E.U.U. **3%**
- OTROS **9%**

Fuente - Source: INE (EOH + EOAT).

B VIAJEROS Y PERNOCTACIONES
EN HOTELES Y APARTAMENTOS
REGISTRADOS SEGÚN PAÍS DE
RESIDENCIA
VISITORS AND OVERNIGHT STAYS
IN HOTELS AND REGISTERED
APARTMENTS BY COUNTRY OF
RESIDENCE

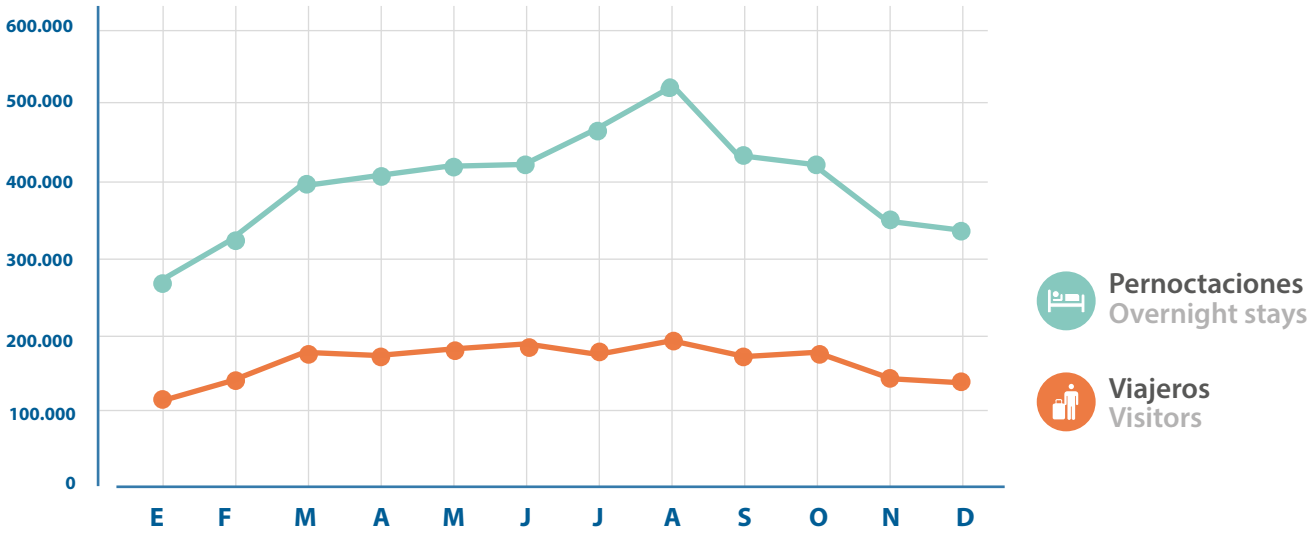


	VIAJEROS VISITORS	PERNOCTACIONES OVERNIGHT STAYS
TOTAL	2.064.094	4.974.338
ESPAÑA SPAIN	932.881	1.745.559
EXTRANJEROS FOREIGNERS	1 131 213	3.228.779
EUROPA (SIN ESPAÑA) EUROPE (WITHOUT SPAIN)	854.064	2.619.692
ALEMANIA GERMANY	73.991	244.210
AUSTRIA AUSTRIA	11.397	37.926
BÉLGICA BELGIUM	45.586	151.024
DINAMARCA DENMARK	6.198	19.652
FINLANDIA FINLAND	4.265	13.142
FRANCIA FRANCE	74.821	197.680
HOLANDA NETHERLANDS	127.495	434.401
IRLANDA IRELAND	9.075	29.936
ITALIA ITALY	206.420	635.075
POLONIA POLAND	12.243	37.778
PORTUGAL PORTUGAL	19.926	46.827
REINO UNIDO UNITED KINGDOM	118.226	365.238
RUMANÍA ROMANIA	12.253	34.883
SUECIA SWEDEN	9.832	26.956
NORUEGA NORWAY	7.289	20.623
RUSIA RUSSIA	30.895	88.843
SUIZA SWITZERLAND	23.590	70.304
TURQUÍA TURKEY	5.447	12.152
INTERCONTINENTAL INTERCONTINENTAL	277.149	609.087
AMÉRICA AMERICA	145.643	330.369
BRASIL BRASIL	12.246	24.974
CANADÁ CANADA	9.719	20.661
ESTADOS UNIDOS UNITED STATES OF AMERICA	61.298	146.224
MÉXICO MEXICO	7.555	18.500
ÁFRICA AFRICA	17.394	45.216
ASIA ASIA	67.646	126.024
JAPÓN JAPAN	10.648	19.033
CHINA CHINA	26.044	40.190
AUSTRALIA AUSTRALIA	8.327	16.653

C ESTACIONALIDAD
SEASONALITY



Estacionalidad de viajeros y pernoctaciones en hoteles y apartamentos registrados
Seasonality of visitors and overnight stays in registered hotels and apartments

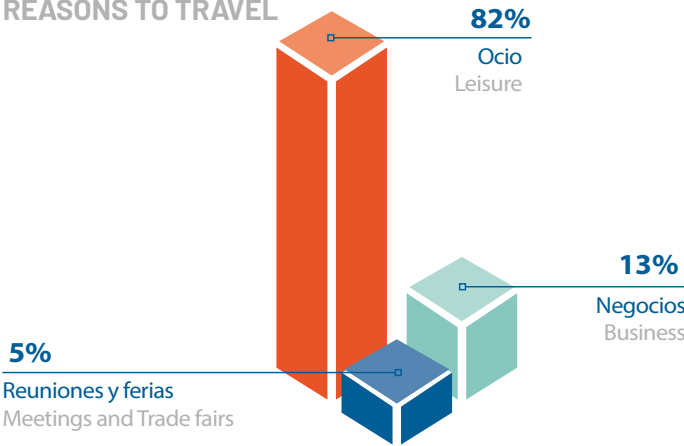


Fuente - Source: INE (EOH + EOAT).

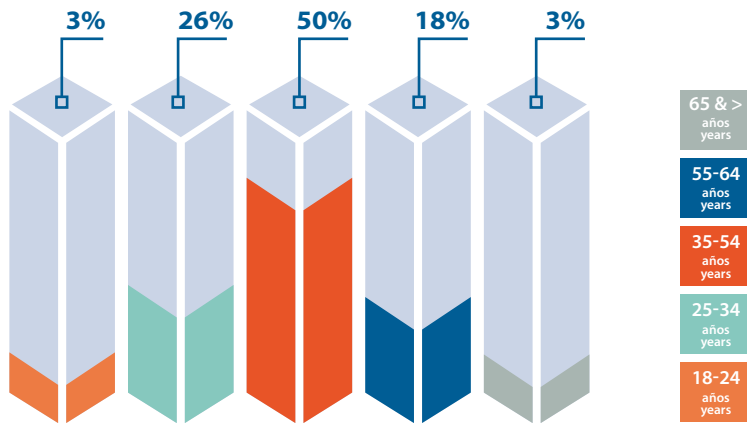


D PERFIL DEL TURISTA DE OCIO LEISURE TOURIST PROFILE

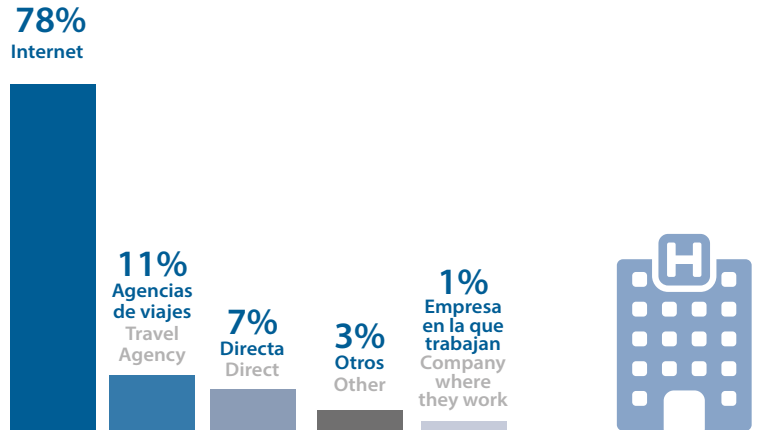
TURISTAS SEGÚN EL MOTIVO DEL VIAJE TOURISTS' REASONS TO TRAVEL



EDAD | AGE

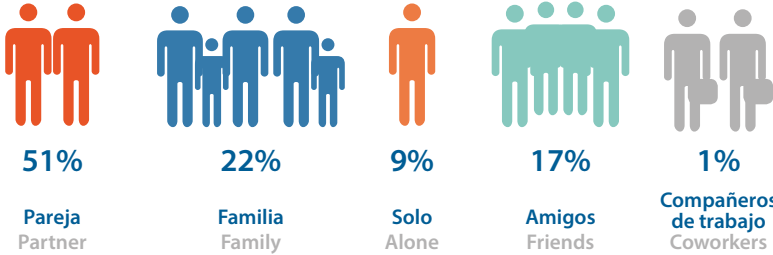


MÉTODO DE CONTRATACIÓN DEL TRANSPORTE Y EL ALOJAMIENTO METHOD OF BOOKING TRANSPORT AND ACCOMMODATION



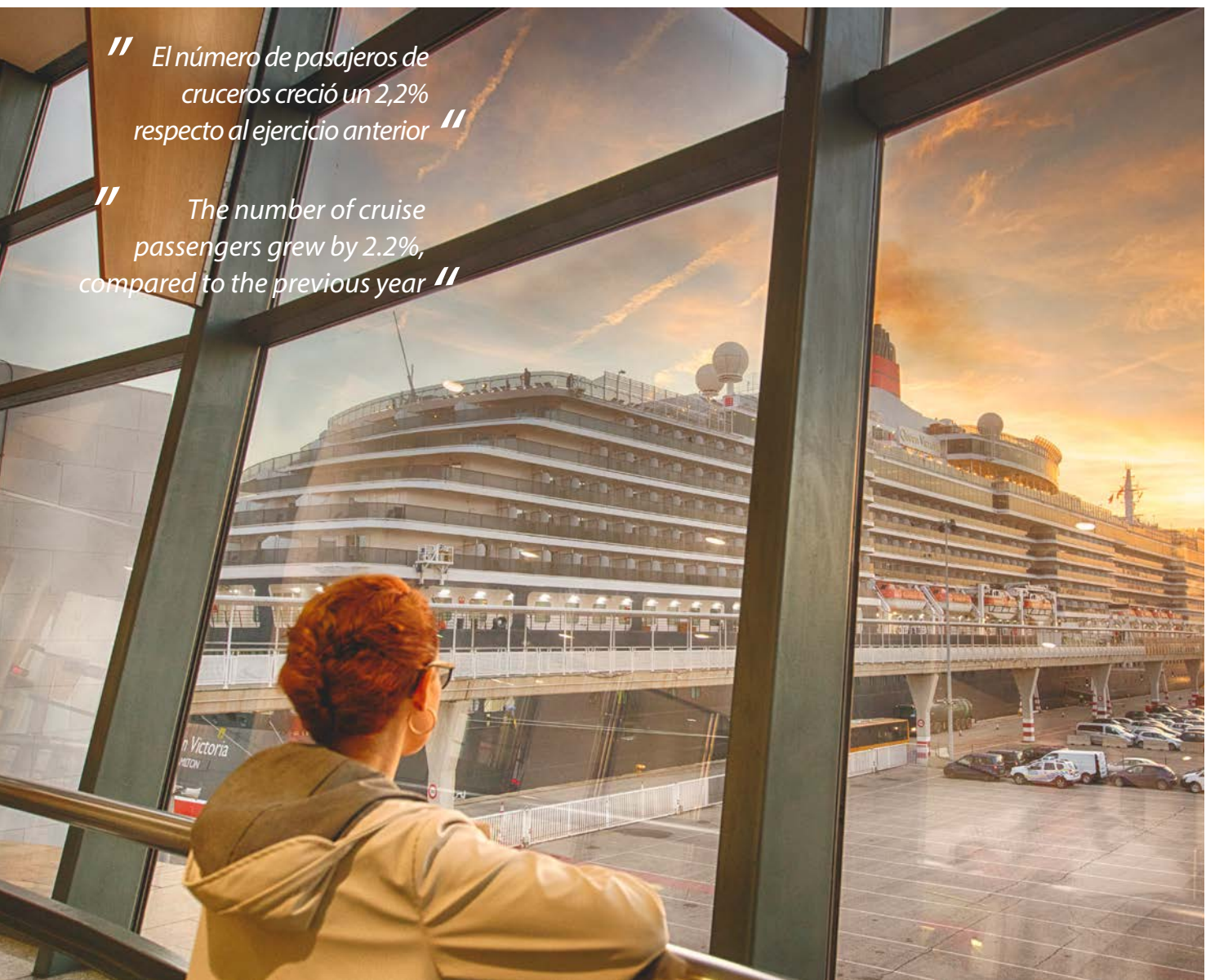
Alojamiento | Accommodation

CON QUIÉN VIAJA EL TURISTA WHO IS THE TOURIST TRAVELLING WITH



Fuente - Source: Turismo València.



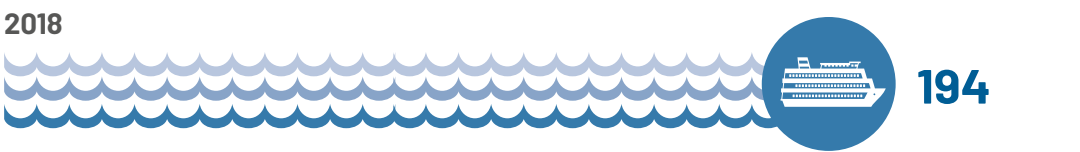


“ El número de pasajeros de
cruceros creció un 2,2%
respecto al ejercicio anterior ”

“ The number of cruise
passengers grew by 2.2%,
compared to the previous year ”

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

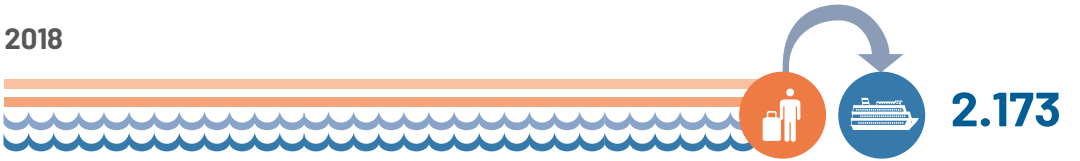
ESCALAS DE CRUCEROS EN VALÈNCIA
VALÈNCIA CRUISE CALLS



PASAJEROS DE CRUCEROS EN VALÈNCIA
VALÈNCIA CRUISE PASSENGERS



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

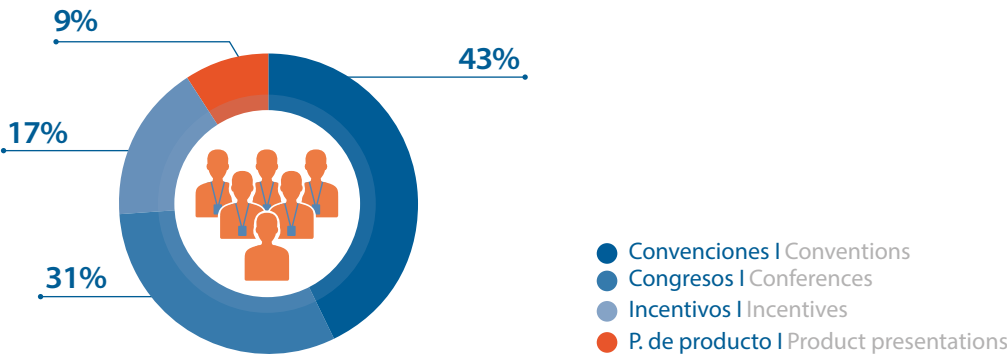


Fuentes: Puertos del Estado y Turismo València. Sources: Port Authority and València Tourism.

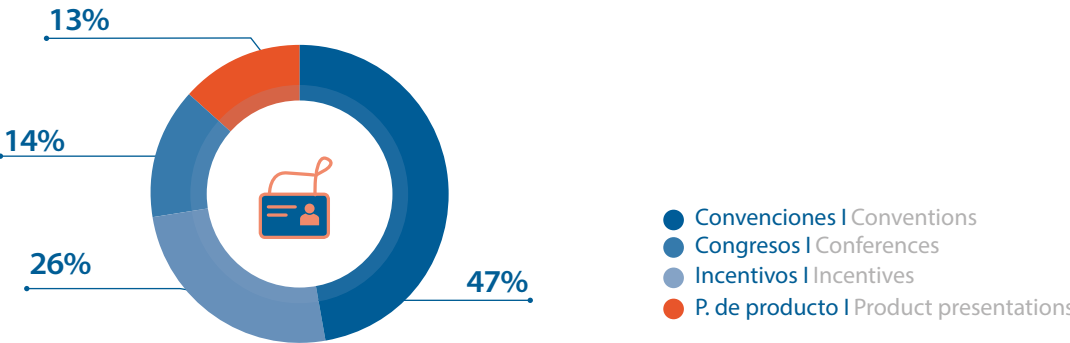


F TURISMO DE REUNIONES
MICE TOURISM

126.865 | ASISTENTES A CONGRESOS, CONVENCIONES, PRESENTACIONES DE PRODUCTO E INCENTIVOS
ATTENDANTS TO CONFERENCES, CONVENTIONS, PRODUCT PRESENTATIONS, INCENTIVES



1.252 | DE CONGRESOS, CONVENCIONES, PRESENTACIONES DE PRODUCTO E INCENTIVOS
OF CONFERENCES, CONVENTIONS, PRODUCT PRESENTATIONS, INCENTIVES AND ATTENDANTS



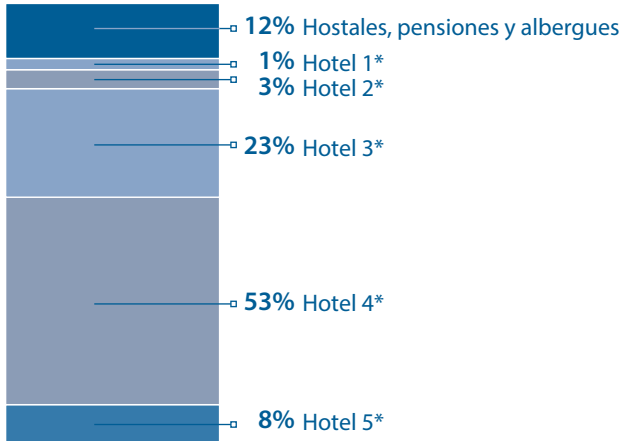
Fuente - Source: Turismo València.

G ALOJAMIENTO
ACCOMODATION

OFERTA HOTELERA
ACCOMMODATION OPTIONS

	CATEGORÍA CATEGORY	ESTABLECIMIENTOS ESTABLISHMENTS	HABITACIONES ROOMS	PLAZAS BEDS
HOTELES HOTELS	5*	6	781	1.562
	4*	38	5.122	9.913
	3*	29	2.168	4.106
	2*	9	313	607
	1*	3	79	134
HOSTALES, PENSIONES Y ALBERGUES HOSTELS, GUESTHOUSES AND LODGINGS		79	1.122	2.664
TOTAL		164	9.585	18.986

HABITACIONES SEGÚN CATEGORÍA
ROOMS BY CATEGORY



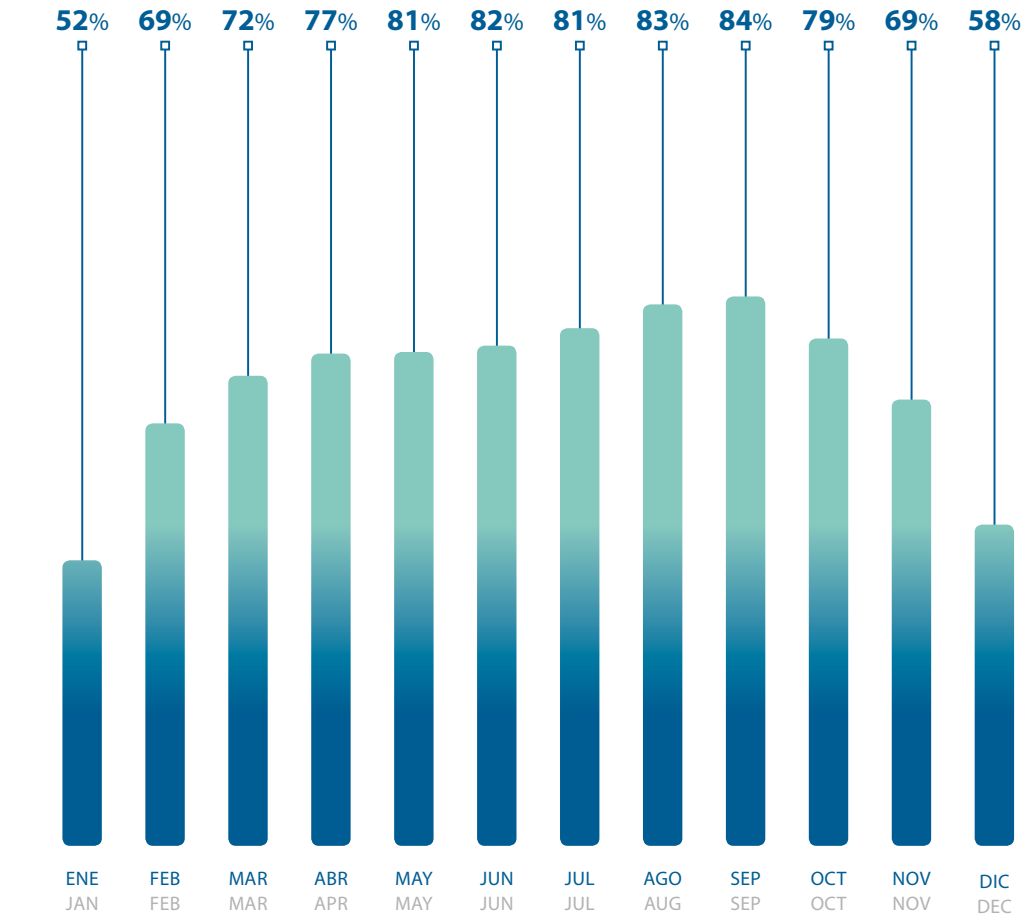
OTROS ALOJAMIENTOS
OTHER ACCOMMODATION



Fuente: Turismo València y Consellería de Turismo · Source: Turismo València & Regional Tourism Department.

H OCUPACIÓN HOTELERA
HOTEL OCCUPANCY

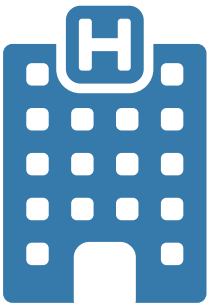
OCUPACIÓN DE HABITACIONES | HOTEL OCCUPANCY



Fuente · Source: INE (EOH).

“ La ocupación
hotelera creció 4
puntos y alcanzó el
73,89% ”

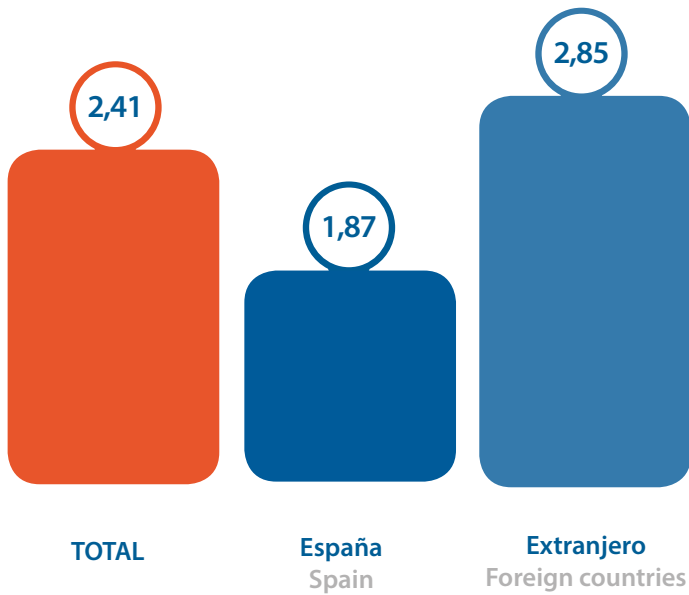
“ Hotel
occupancy grew
by 4 points,
reaching 73.89% ”



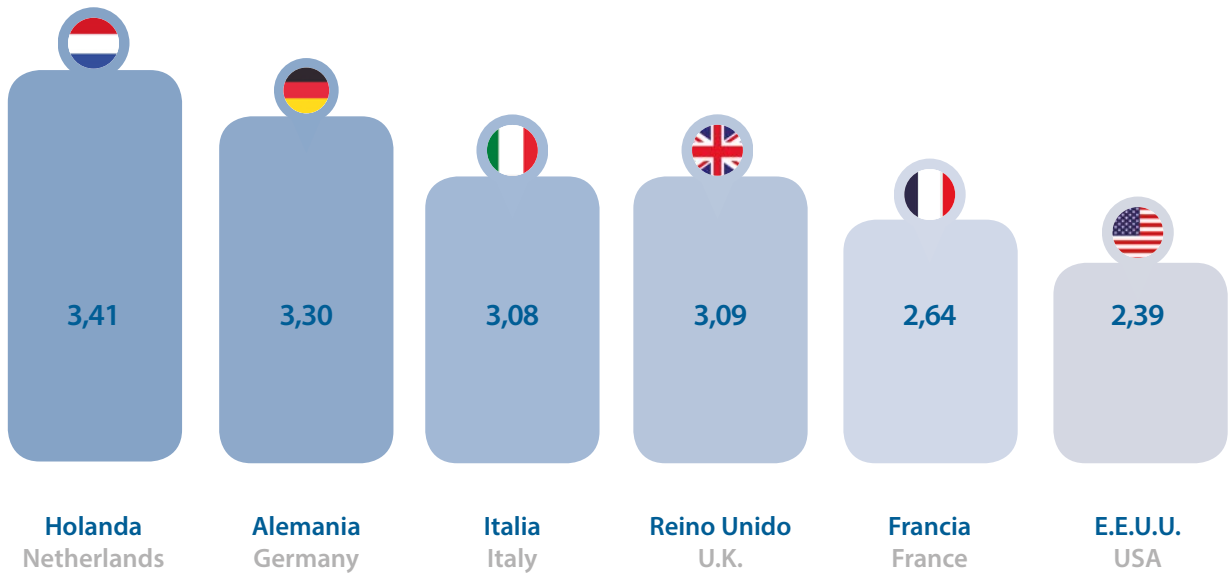


ESTANCIA MEDIA DE LOS TURISTAS
AVERAGE HOTEL STAY

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



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



“La estancia media continúa creciendo en València, un 1,1%, hasta las 2,41 noches”

“The average stay in València grew by 1.1%, reaching 2.41 overnight stays”

Fuente - Source: INE (EOH +EOAT).

OFERTA CULTURAL Y DE OCIO
CULTURAL AND LEISURE OPTIONS

CULTURA

- Patrimonio de la UNESCO: Lonja de la Seda, Tribunal de las Aguas y Fallas
- Museos y centros culturales: 47
- Teatros: 23
- 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: 2.401

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 València
- Clubs de golf cercanos: 10
- Oficinas de Información Turística: 7
- Festividades locales: San Vicente Mártir (22 de enero), San José (19 de marzo), San Vicente Ferrer (9 de abril, trasladada al lunes siguiente de Pascua), Sant Dionís (9 de octubre, día de la Comunidad Valenciana).

Fuentes: Anuario Estadístico Municipal, Real Club Náutico de València, Marina de València y Turismo València.
Sources: Municipal Statistics Yearbook, València Royal Nautical Club, Marina and València Tourism.

CULTURE

- World Heritage Monument: Lonja de la Seda (the Silk Exchange), Tribunal de las Aguas and Fallas.
- Museums and Cultural buildings: 47
- Theaters: 23
- Palau de la Música (Symphonic and classical music, opera, concerts and artistic shows).
- Palau de les Arts Reina Sofía (Opera, music, ballet and theatre)
- Silk route
- Holy Grail

GASTRONOMY

- Restaurants and bars: 2.401

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 20 km of beaches

OTHER

- Moorings in sporting marinas: 1.466 in the Royal Nautical Club and 820 in the Marina of València
- Golf courses: 10
- Tourist Information Offices: 7
- Local holidays: San Vicente Mártir (January 22), San José (March 19), San Vincent Ferrer (April 9, celebrated on the Monday following Easter), Sant Dionís (October 9, day of the Autonomous Community of València).

VISITANTES A MUSEOS Y MONUMENTOS
VISITORS TO THE MUSEUMS AND MONUMENTS

MUSEU DE LES CIÈNCIES*	777.027
LONJA	598.767
CATEDRAL DE VALÈNCIA	345.150
CENTRE DEL CARME	343.284
TORRES DE SERRANOS	304.304
FUNDACIÓN BANCAJA	233.659
MUVIM	213.500
CENTRO CULTURAL LA BENEFICENCIA	202.063
IGLESIA DE SAN NICOLÁS	198.312
MUSEO NAC. DE CERÁMICA GONZÁLEZ MARTÍ	186.954
IVAM	170.730
MUSEO DE BELLAS ARTES	147.672
MUSEO FALLERO	120.913
MUSEO HISTÓRICO	92.201
L' ALMOINA	84.891
MUSEO DEL CORPUS-CASA DE LAS ROCAS	77.140
TORRES DE QUART	71.155
MUSEO DE CIENCIAS NATURALES	66.422
BOMBAS GENS CENTRE D'ART	53.117
MUSEO TAURINO	47.057
MUSEO DE LA SEDA	45.439
ALMUDÍN	27.979
MUSEO DE LA CIUDAD	22.267
MUSEO DE HISTORIA DE VALÈNCIA	22.198
CRIPTA SAN VICENTE	17.358
PALACIO CERVELLÓ	16.490
CASA-MUSEO BENLLIURE	16.438
MUSEO DE LA SEMANA SANTA MARINERA	13.747
ATARAZANAS	13.342
CASA-MUSEO BLASCO IBÁÑEZ	11.467
SALA MUNICIPAL D'EXPOSICIONS	9.533
GALERÍA EL TOSSAL	4.165
CASA-MUSEO CONCHA PIQUER	1.304

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

VISITANTES A RECINTOS DE OCIO
VISITORS TO LEISURE ENCLOSURES

L'OCEANOGRÀFIC*	1.478.140
BIOPARC	618.000
L'HEMISFÈRIC*	360.900

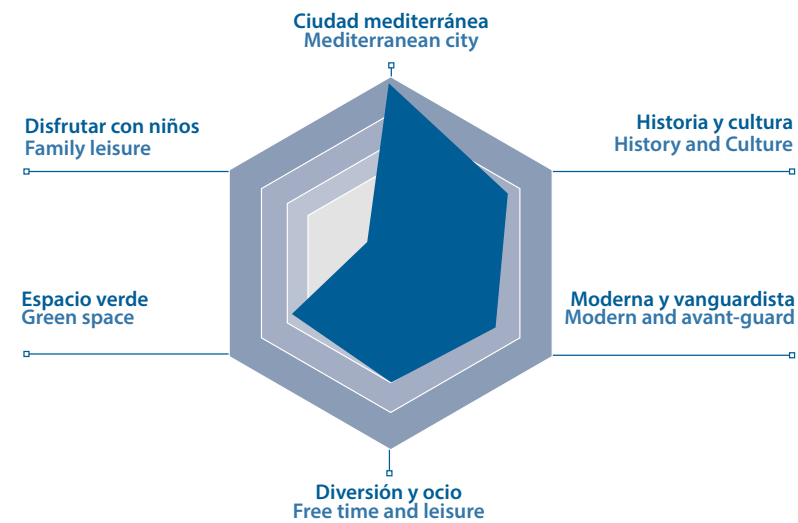
*Solo se contabilizan las entradas pagadas.
*Only paid entries are taken into account.



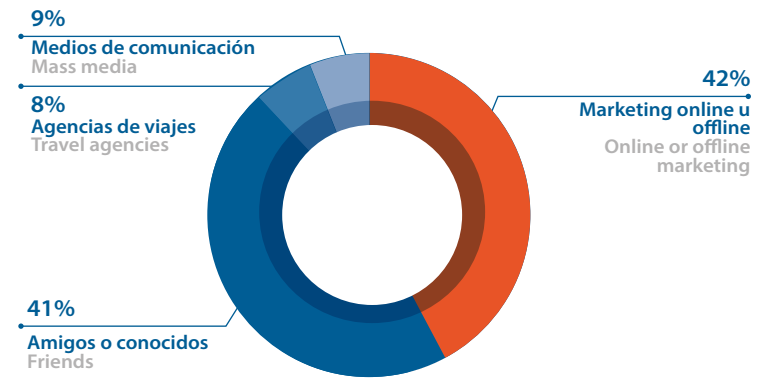


K CONOCIMIENTO DE LA CIUDAD PREVIO A LA VISITA
KNOWLEDGE OF THE CITY PRIOR TO VISIT

IMAGEN PREVIA DE VALÈNCIA I PRIOR IMAGE OF VALÈNCIA

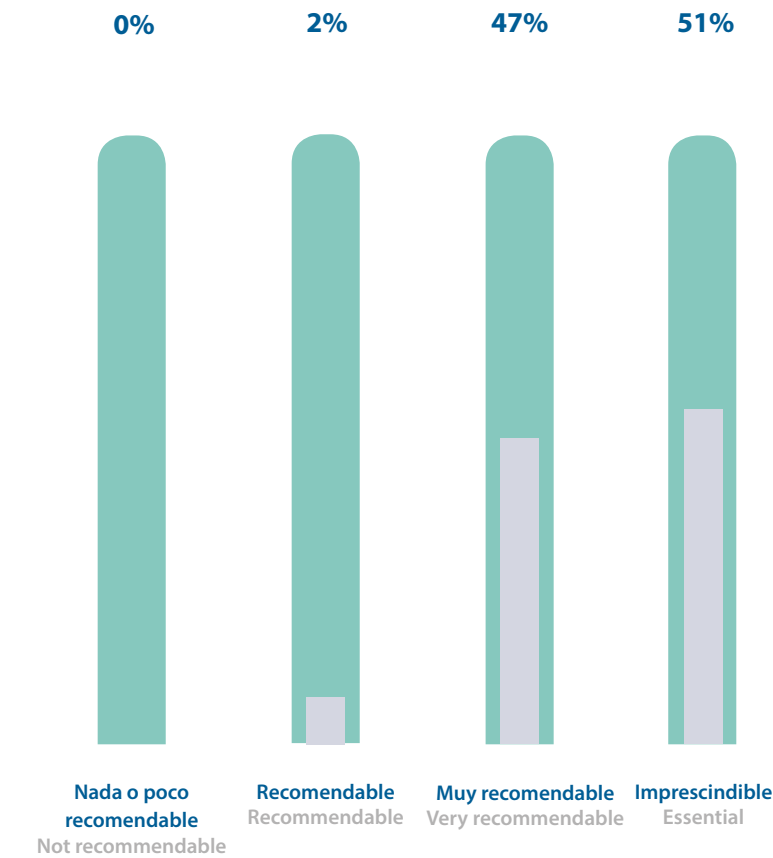


MEDIOS DE PRESCRIPCIÓN E INFORMACIÓN SOBRE EL DESTINO
DESTINATION REFERRAL AND INFORMATION MEANS



L VALORACIÓN DE LA OFERTA
SUPPLY ASSESMENT

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



Fuente - Source: : Turismo València.



ESTRATEGIA 1. Crear valor para el visitante STRATEGY 1. Creating value for the visitor

DESARROLLO DE PROGRAMAS DE PRODUCTO | DEVELOPMENT OF PRODUCT PROGRAMMES

VALÈNCIA CONVENTION BUREAU

- **2** reuniones de asamblea y comité
meeting of the working group
- **132** empresas vinculadas al programa
companies linked to the programme
- **4** ferias profesionales | trade shows
- **22** visitas de inspección | inspection visits
- **13** encuentros con el sector | workshops
- **13** viajes de familiarización | fam trips
- **37** congresos ICCA con **17.764** delegados
ICCA conventions with delegates
- **47** candidaturas ganadas en 2018 con **30.642** delegados
candidatures won in 2018 with delegates
- **Mejor Destino MICE** en los Best Event Awards (BEA)
Best MICE destination at the Best Event Awards
- **Mejor Destino MICE Nacional**, otorgado por IBTA
Best National MICE destination, awarded by IBTA
- Creación del **València Ambassador Congress Club** y reconocimiento a más de **60** profesionales valencianos
Creation of the València Ambassador Congress Club, which gives recognition to more than 60 Valencian establishments

GASTRONOMÍA | GASTRONOMY

- **128** empresas vinculadas al programa
companies linked to the programme
- Creación de la **Comisión de Trabajo de Actividades Gastronómicas**
Creation of the Gastronomic Activities Work Commission
- **8** presentaciones gastronómicas
gastronomy presentations
- **11** viajes de prensa
press trips
- Agenda gastronómica con **15** eventos propios
Culinary calendar with events
- Lanzamiento **World Paella Day** con acciones en **12** países
Launching of World Paella Day, carrying out actions in 12 countries
- **10** productos turísticos a la venta
tourism products on sale
- **21.081** menús vendidos
menus sold
- **715.000€** ventas generadas en los restaurantes
sales generated at the restaurants

CULTURAL

- Reunión del Grupo de Trabajo y presentación del producto
Meeting of the working group and presentation of the product
- **65** empresas vinculadas al programa
companies linked to the programme
- Nuevos soportes: Guía de la Música, las Artes Escénicas y los Festivales Urbanos y agendas trimestral y anual
New formats: Music, escenic arts and festivals booklet and quarterly and yearly calendars of events
- **4** presentaciones de destino | destination presentations
- **1** feria profesional | trade show
- **9** viajes de prensa y de familiarización
press trips and fam trips
- Acuerdos de colaboración con **Servientradas**
Collaboration agreements with Servientrada (ticket service)
- **65** productos turísticos a la venta
tourism products on sale
- Promoción de la Ruta de la Seda, el Santo Grial y las Fallas Patrimonio UNESCO
Promotion of the Silk Route, the Holy Grail, and the Fallas (UNESCO Cultural Heritage)





VLC CRUISES

- **2** viajes de familiarización | fam trips
- **194** escalas en València | cruise calls in València
- **421.518** cruceristas | cruise passengers
- **192** escalas atendidas | attended cruise calls
- Nueva guía de cruceros | new guide for cruises
- **3** ferias profesionales | trade shows
- **2** encuentros con el sector | workshops
- **1** viaje de prensa | press trip



FILM OFFICE

- **3** ferias profesionales | trade shows
- **6** visitas de familiarización con localizadores nacionales e internacionales | fam trips with domestic and international localisation firms
- Apoyo a **4** festivales en la ciudad
Support for **4** festivals in the city of València
- **341** solicitudes de información de rodaje atendidas
requests for filming information expected
- **213** rodajes en la ciudad
film shoots in the city
- **8,5** millones de euros de impacto económico
impact on economy: 8.5 million euros
- **Delfín de Oro en Cannes.** Corporate Media & TV Awards para el video promoción *València lo tiene todo*
Golden Dolphin Award at Cannes Film Festival. Corporate Media & TV Awards for the promotional video "València has it all"



VLC SPORTS

- Apoyo y promoción del **Mundial Media Maratón, Copa Rey Rugby, Copa Davis, Maratón, Triatlón, València Boat Show, 4 Nations Hockey Tournament, Mitic Bike, Basketball VLC Challenge, Copa de la Reina de Vela y Mundial Motociclismo**
Support and promotion World Half Marathon, King's Rugby Cup, Davis Cup, Marathon, Triathlon, Valencia Boat Show, 4 Nations Hockey Tournament, Mitic Bike, Basketball VLC Challenge, the Queen's Sailing Cup and World Motorcycling Championship
- **2** visitas de inspección | inspection visits
- **2** viajes de familiarización | fam trips
- **10** viajes de prensa
press trips
- **10** acciones de co-marketing
co-marketing activities
- **37** empresas vinculadas al programa
companies linked to the programme
- Nuevo soporte: video sobre la **Pilota Valenciana**
New supporting medium: video on Pilota Valenciana



SHOPPING

- **48** empresas vinculadas al programa
companies linked to the programme
- Reunión del grupo de trabajo, presentación del programa, constitución Asamblea y Comité
Meeting of the working group, presentation of the programme and committee
- **2** encuentros del sector | workshops
- **7** viajes de prensa | press trips
- Colaboración en las **2** ediciones de la **Shopening Night**
Collaboration in the **Shopening Night**
- Nuevos soportes: Bolsas VLC Shopping
New supporting medium: VLC Shopping Bags



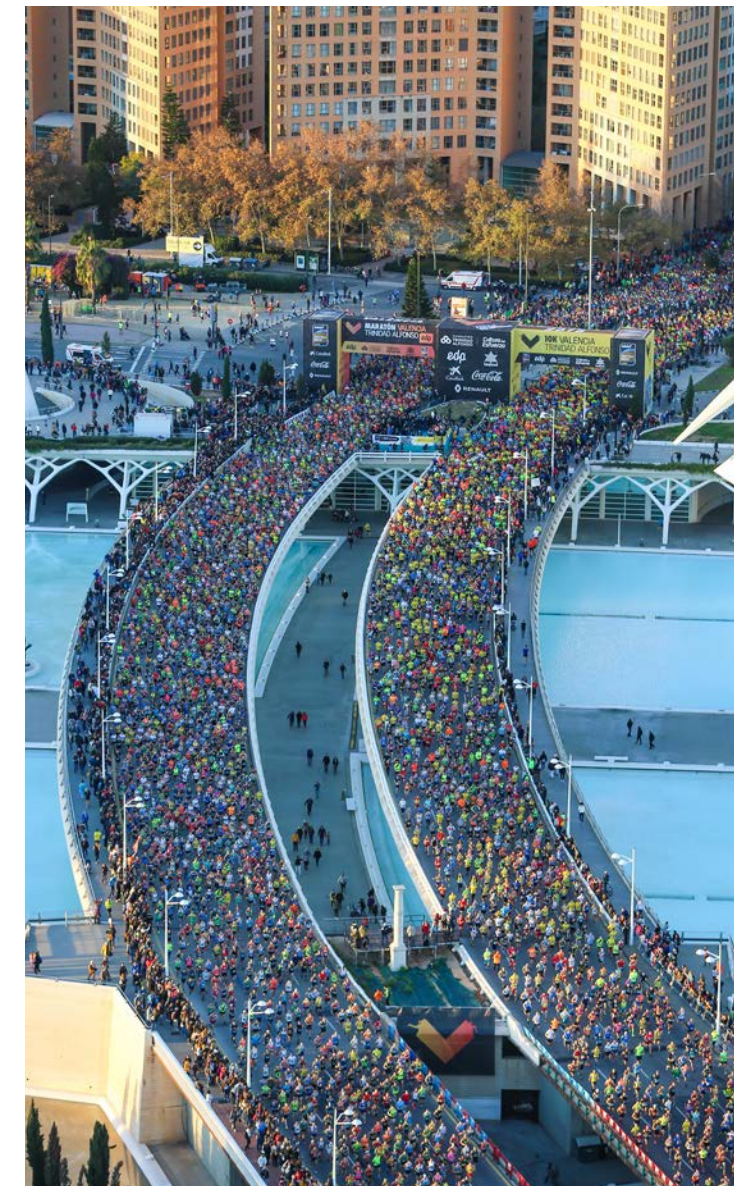
UNIQUE VALÈNCIA

- **1** feria profesional
trade show
- **1** viaje de familiarización
fam trip
- **1** presentación del destino
destination presentation
- **2** viajes de prensa
press trips
- **1** encuentro con el sector
workshop



NATURALEZA NATURE

- **2** reuniones del grupo de trabajo
meeting of the working group
- Promoción de los espacios naturales en acciones promocionales
Promotion of natural spaces through information campaigns
- Jornada Urban Tourism Trends sobre **turismo de naturaleza**
Urban Tourism Trends Conference on nature tourism



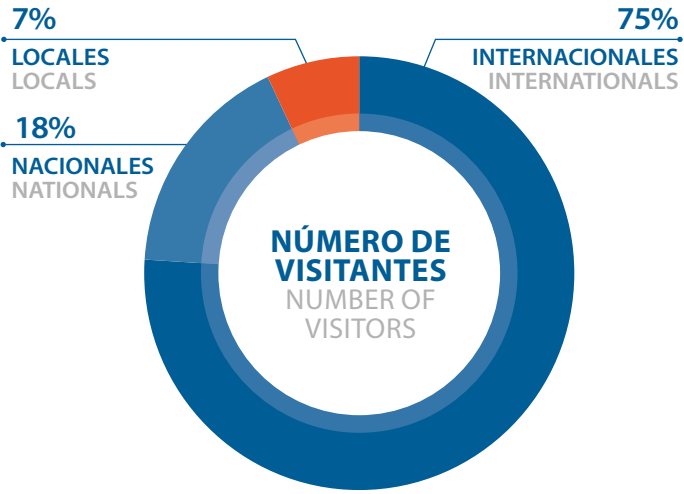
INNOVACIÓN Y MEJORA EN LA ATENCIÓN AL TURISTA
INNOVATION AND IMPROVEMENT TO TOURIST SERVICES

i TOURIST INFO

230.262 | visitantes
visitors

7 | puntos de Información Turística
tourist Information points

- Servicio de devolución del IVA Tax Free en OIT Paz
VAT refund service, Tax Free at the Tourist Office Paz
- **Nuevo punto móvil de información** entre julio y octubre, que atendió **17.056 visitantes**
New tourist info office between July and October, which attended 17.056 visitors
- **Free Wifi** en todas las oficinas de turismo
Free Wifi at all Tourist info offices



VENTAS | VENTAS

3.829.077 € | ventas e ingresos publicitarios
advertising revenue and sales

TOURIST INFO | TOURIST INFO

70.280 | compradores
buyers

1.850.985 € | volumen de ventas
volume of sales

335 | referencias a la venta
references to the sales

TIENDA ONLINE | ONLINE STORE

7.783 | número de pedidos
number of orders

1.049.677 € | volumen de ventas
volume of sales

152 | referencias a la venta
references to the sales



ESTRATEGIA 2. Actualizar la marca València. Promoción más segmentada y tecnológica STRATEGY 2. Updating the València brand. More segmented and technological promotion

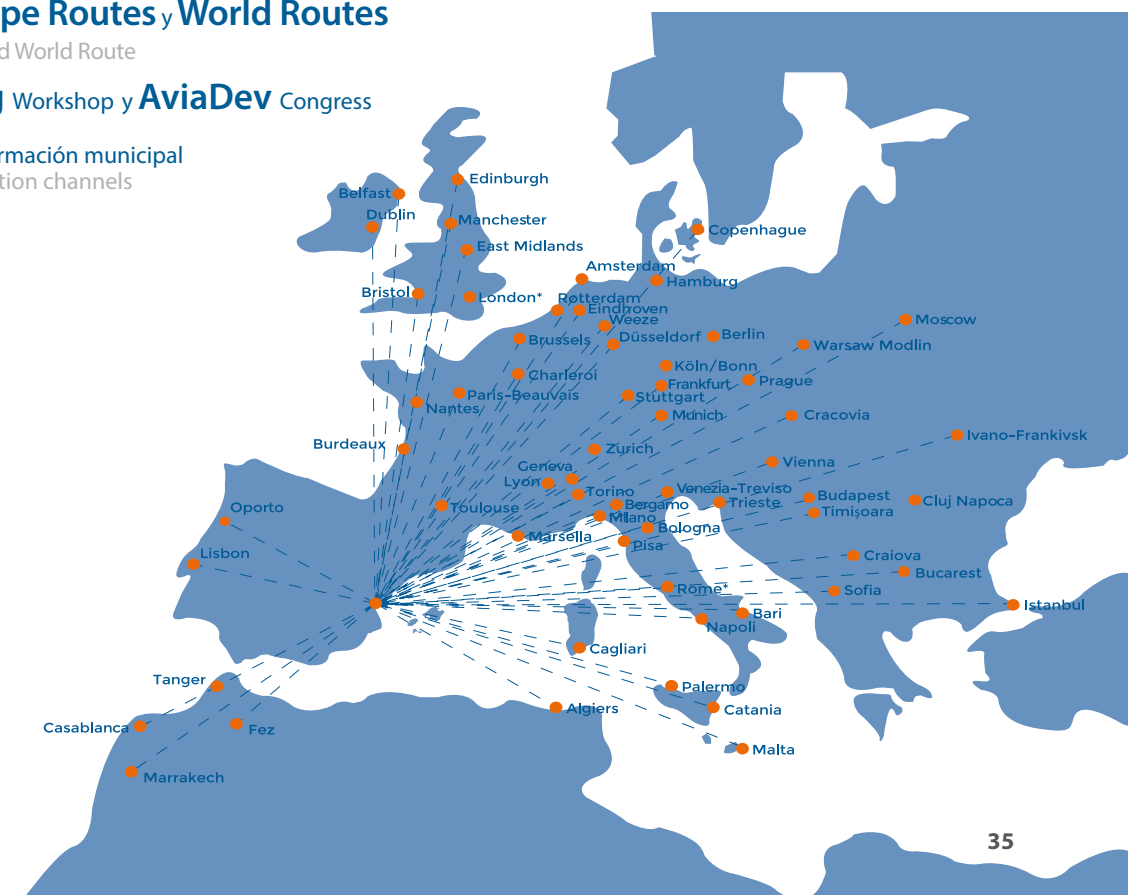
REFUERZO DE LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN STRENGTHENING PROMOTION AND MARKETING

- Más de **440** acciones | more than **440** actions
 - **23** presentaciones de destino | destination presentations
 - **22** ferias | trade shows
 - **24** encuentros con el sector | workshops
 - **56** viajes de familiarización | fam trips
 - **42** visitas de inspección | inspection visits
 - **18** acciones de co-marketing con importantes marcas colaboradoras | co-marketing actions with important brandmarks
 - **120** viajes de prensa | press trips
 - Más de **2.000** profesionales del sector alcanzados | Over **2.000** professionals from the sector
 - **260** periodistas atendidos | journalists attended
 - **650** reportajes y noticias publicadas | reports and news articles published
- con **1.000 millones** de audiencia estimada y un valor publicitario de más de **4 millones** de euros
with **1.000 millones** estimated audience and advertising value of more than **4 millions** euros



MEJORA DE LA CONECTIVIDAD IMPROVEMENT IN CONNECTIONS

- **7,76** millones de pasajeros (+15,2%) | million passengers
- **400.000** nuevas plazas aéreas internacionales en 2018 | new international airline seats in 2018
- **1.036.687** llegadas nacionales (+8,5%) | national arrivals
- **90 aeropuertos** conectados y **11 hubs** | connected airports and 11 hubs
- **12** nuevas conexiones primavera-verano 2018 | new spring-summer connections
- **13** nuevas conexiones otoño-invierno 2018/19 | new autumn-winter connections 2018/19
- Participación en las Ferias **Europe Routes y World Routes**
Participation in Europe Routes and World Route
- **Fly València Meeting** Workshop y **AviaDev** Congress
- Campaña en los circuitos de información municipal
Campaign via municipal information channels

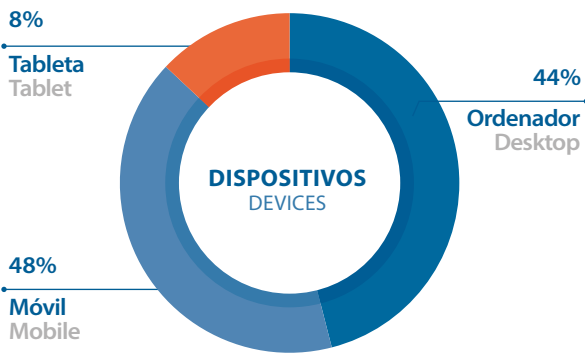




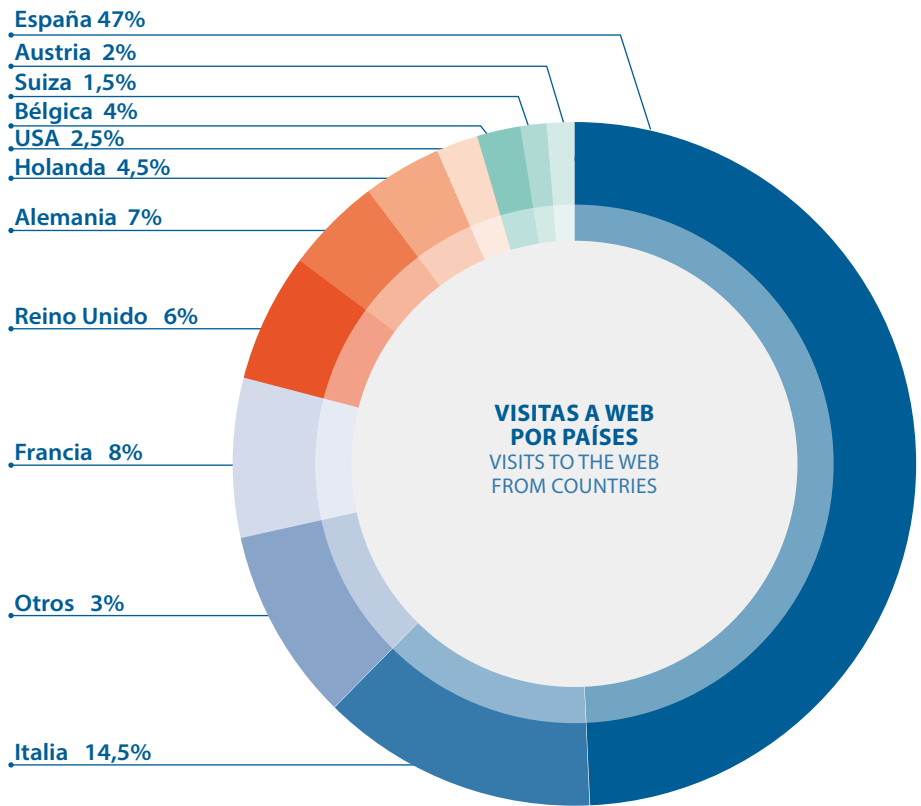
ACTIVIDAD EN LAS WEBS TURÍSTICAS DE TURISMO VALÈNCIA
VISITS TO THE VALÈNCIA TOURISM WEBSITES
(visitvalencia.com, valenciatouristcard.com, valenciacuinaoberta.com...)

- **2.876.000** | visitas web
website visits
- **13.150.000** | páginas vistas
pages visited
- **4.967** | clientes atendidos a través del chat en 6 idiomas
customers attended via chat in 6 languages
- **272.999** | seguidores en RRSS con más de **1.000** publicaciones de contenido
followers on social media and over 1000 pieces of content published

DISPOSITIVOS DESDE DONDE SE VISITA www.visitvalencia.com
DEVICES USED TO LOG ON TO www.visitvalencia.com



VISITAS POR PRINCIPALES PAÍSES A WEBS DE TURISMO VALÈNCIA
VISITS FROM MAJOR COUNTRIES TO VALÈNCIA TOURISM WEBSITES



Fuentes · Sources: Turismo València.

ESTRATEGIA 3. Un destino inteligente y sostenible STRATEGY 3. A smart and sustainable destination

MÁS CONOCIMIENTO I MORE KNOWLEDGE

- **Top 10 en la candidatura a Capital Europea del Turismo Inteligente**
Top 10 shortlist for the European Capital of Smart Tourism
- **Seguimiento de coyuntura, Informe del Perfil del Visitante 2017 e Impacto Económico de la Copa Davis; Memoria de Actividades y Documento de Estadísticas 2017**
Tracking the economy, Visitor Profile Report 2017 and Economic Impact of the Davis Cup; Activities Report and Statistics Document 2017
- **5 jornadas del Foro València Urban Tourism Trends con más de 600 asistentes**
5 days of the València Urban Tourism Trends Forum with more than 600 attendees
- **Adhesión a la Red Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes**
Joined the National Network of Smart Tourist Destinations
- **Participación en el Proyecto DIGITUR**
Participation in the DIGITUR Project
- **Desarrollo nuevo Sistema de Información Turística (SIT)**
Development of a new Tourist Information System (SIT)

CALIDAD I QUALITY

- **Ampliación de certificaciones del sistema de gestión de la Fundación: ISO 14001:2015 de gestión ambiental y UNE 170001-2:2007 de gestión de accesibilidad universal**
Extension of the Foundation's management system certifications: ISO 14001:2015 for environmental management and UNE 170001-2: 2007 for universal accessibility management
- **Gestión de 121 distinciones SICTED**
Management of 121 SICTED distinctions

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

- **Participación en proyectos de sostenibilidad turística: programa Interreg Med (Castwater, Alter Eco, y Mitomed+); programa Urban Europe (SCITHOS)**
Participation in tourism sustainability projects: Interreg Med programme (Castwater, Alter Eco, and Mitomed+); Urban Europe programme (SCITHOS)
- **Creación del grupo de trabajo de proyectos de turismo sostenible en València**
Creation of the València sustainable tourism projects working group
- **Apoyo a proyectos internacionales de la Fundación ValenciaPort y Turisme Comunitat Valenciana (HeritData, Climate-Kic Spain (Electrotur), Las Naves (Crisi-Adapt, pacto local de innovación) y Universitat Oberta de Catalunya (I+D Retos)**
Support for international projects of the ValenciaPort Foundation and Turisme Comunitat Valenciana (HeritData), Climate-Kic Spain (Electrotur), Las Naves (Crisi-Adapt, local innovation pact) and Open University of Catalonia
- **Mejoras en accesibilidad turística del destino: actualización de la Guía Digital de turismo accesible, lanzamiento de la aplicación Tur4All de Predif**
Improvements in tourist accessibility at the destination: update of the Digital Guide of accessible tourism, launch of the PREDIF Tur4All application



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

- **Dinamización de la Comisión Municipal de Coordinación Turística**
Promotion of the Municipal Committee of Tourist Coordination
- **Asistencia al Servicio Municipal de Turismo:** colaboración y respuesta a solicitudes ciudadanas, sectoriales y de otras administraciones y canalización al Servicio de propuestas del sector
Assistance to the Municipal Tourism Service: collaboration and response to citizen, sectoral and other administrative requests and channelling of sector proposals to the Service
- **Reuniones desde la Comisión de Turismo de la FVMP con el resto de municipios de la Comunitat Valenciana para elaborar el borrador de Estatuto de Municipio Turístico**
Meetings of the FVMP Tourism Committee with the rest of the municipalities of the Valencian Community to prepare the draft Tourist Municipality Statute

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

- **Mayor protagonismo empresarial** a través de la activación de nuevos programas de producto con sus respectivos comités y asambleas. Puesta en marcha de un sistema de cuotas por programa de producto
Greater focus on entrepreneurship through the activation of new product programmes with their respective committees and assemblies. Implementation of a product programme quota system
- **Implementación del nuevo modelo organizativo** de la Fundación
Implementation of the Foundation's new organisational model
- **Coordinación con el Servei de Transparència i Govern Obert del Ajuntament** para alimentar el Portal de Transparència
Coordination with the Servei de Transparència i Govern Obert of the Town Council to feed into the Transparency Portal
- **50 nuevas empresas asociadas**
50 new partner companies





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 València.

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 València 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 València 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 València Tourism in the creation of the document. We would like to thank all of them for their involvement.

VISITVALENCIA.COM



**AJUNTAMENT
DE VALÈNCIA**

VLC  **TURISMO
VALÈNCIA**