

VLC ■ VALÈNCIA

ESTADÍSTICAS DE TURISMO 2019

TOURISM STATISTICS







En 2019 el turismo volvió a jugar un papel primordial en la estrategia de promoción y desarrollo económico de València. Según las cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE), se superaron por primera vez los 5 millones de pernoctaciones anuales en la ciudad, con un crecimiento del 5,7%. El incremento se apoyó una vez más en las pernoctaciones internacionales, que crecieron un 8,7% con Italia, Países Bajos, Reino Unido, Alemania, Francia y EE.UU. a la cabeza. En global, el mercado internacional registró 3.556.243 pernoctaciones y el nacional 1.720.467. Por su parte, los viajeros crecieron también un 5,4%, con 1.259.228 visitantes extranjeros y 922.904 nacionales.

Asimismo, mejoró la rentabilidad de la actividad turística, con una ocupación media del 77%, tres puntos por encima del ejercicio anterior. El Revpar y el precio medio se situaron en 67,7€ (+12%) y 86,5€ (+7.4%), respectivamente; y la estancia media fue de 2,42 noches.

En el aeropuerto, las llegadas totales arrojaron un crecimiento del 9,9% (4.268.754), según AENA. Hubo incremento tanto en las internacionales 3.149.708 (+10,6%); como en las nacionales 1.119.046 (+7,9%). Por último, en el puerto recalaron 203 escalas, con un incremento del 5,7% y los pasajeros fueron 435.616, un 4,3% más que el pasado ejercicio, según Puertos del Estado.

In 2019, tourism once again played a key role in Valencia's economic development and promotion strategy. According to figures from the National Statistics Institute (Spanish acronym: INE), the number of overnight stays in the city exceeded 5 million per year for the first time, with a growth rate of 5.7%. The increase was once again supported by international overnight stays, which grew by 8.7% with Italy, the Netherlands, the United Kingdom, Germany, France and the USA leading the way. Overall, the international market recorded 3,556,243 overnight stays and the domestic market 1,720,467. For its part, travellers also grew by 5.4%, with 1,259,228 foreign visitors and 922,904 domestic ones.

Likewise, the profitability of tourism activity improved, with an average occupation rate of 77%, three points above the previous year. The Revpar and average price stood at 67.7 euros (+12%) and 86.5 euros (+7.4%), respectively; and the average stay was 2.42 nights.

At the airport, total arrivals grew by 9.9% (4,268,754), according to AENA (the Spanish Airports and Air Navigation Authority). There was an increase in both international arrivals, with 3,149,708 (+10.6%); and domestic arrivals with 1,119,046 (+7.9%). Finally, 203 stopovers were made at the port, with an increase of 5.7%, and 435,616 passengers, 4.3% more than last year, according to Puertos del Estado.

01 GEOGRAFÍA Y POBLACIÓN. GEOGRAPHY AND POPULATION	6
02 TRANSPORTES. TRANSPORTS	8
03 DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA. TOURISM DEMAND AND SUPPLY	12
Viajeros y pernoctaciones en hoteles y apartamentos registrados. Visitors and overnight stays in hotels and registered apartments	13
Viajeros y pernoctaciones según país de residencia. Visitors and overnight stays by country of residence	14
Estacionalidad. Seasonality	15
Turismo de cruceros. Cruise tourism	17
Turismo de reuniones. Congress tourism	18
Alojamiento. Accommodation	20
Ocupación hotelera. Hotel occupancy	21
Estancia media de los turistas. Average hotel stay	22
Oferta cultural y de ocio. Cultural and leisure options	24
04 ACTIVIDADES DE VISIT VALÈNCIA. VISIT VALÈNCIA ACTIVITIES	26
Estrategia 1. Crear valor para el visitante. Strategy 1. Creating value for the visitor	26
Estrategia 2. Actualizar la marca València. Promoción más segmentada y tecnológica. Strategy 2. Updating the València brand more segmented and technological promotion	32
Estrategia 3. Un destino inteligente y sostenible. Strategy 3. A smart and sustainable destination	36
Estrategia 4. Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa. Strategy 4. Transparent, efficient and collaborative governance	38
05 METODOLOGÍA. METHODOLOGY	41

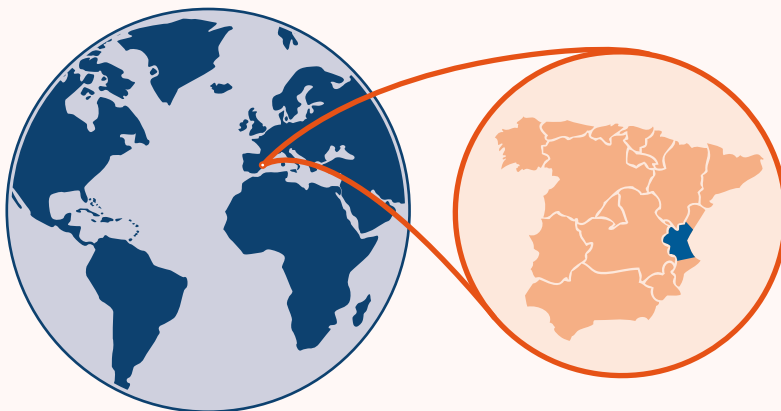
DIEZ CLAVES DEL TURISMO EN VALÈNCIA EN 2019

TEN KEYS ON TOURISM IN VALÈNCIA 2019

- 01 València registró 5.276.710 pernoctaciones y 2.182.132 viajeros.**
Valencia recorded 5,276,710 overnight stays and 2,182,132 travellers.
- 02 La demanda total creció un 5,7% en pernoctaciones y un 5,4% en viajeros.**
Total demand grew by 5.7% in overnight stays and 5.4% in travellers.
- 03 Las pernoctaciones internacionales fueron motor del crecimiento, con un 8,7% más.**
International overnight stays were the growth driver, with an 8.7% increase.
- 04 Un 67,4% de la demanda de pernoctaciones fue internacional.**
67.4 per cent of the demand for overnight stays was international.
- 05 La rentabilidad siguió al alza, con mejoras en el Revpar, el precio medio y la ocupación.**
Profitability continued to rise, with improvements in Revpar, average price and occupancy.
- 06 El turismo de reuniones mantiene su ritmo ascendente en València.**
Business tourism continued its pattern of growth in València.
- 07 Las llegadas al aeropuerto se incrementaron un 9,9%.**
Arrivals at the airport increased by 9.9%.
- 08 Las escalas y pasajeros de cruceros también crecieron un 5,7% y 4,3%, respectivamente.**
Stopovers and cruise passengers also grew by 5.7 per cent and 4.3 per cent, respectively.
- 09 La desestacionalización e internacionalización fueron claves en la estrategia turística.**
Season-uncoupling and internationalization were key to the tourism strategy.
- 10 El turismo volvió a ser fundamental para el desarrollo económico de València.**
Tourism was once again fundamental to Valencia's economic development.



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

795.736 habitantes

Población ciudad

City population

1.565.701 habitantes

Población incluyendo área metropolitana

Population including metropolitan area

144.227 habitantes - 18,1%

Población nacida en el extranjero

Population born abroad





CLIMATOLOGÍA CLIMATOLOGY



19 °C

TEMPERATURA MEDIA
AVERAGE TEMPERATURE



329

Nº DÍAS NO CUBIERTOS AL AÑO
Nº CLEAR DAYS PER YEAR

+20°

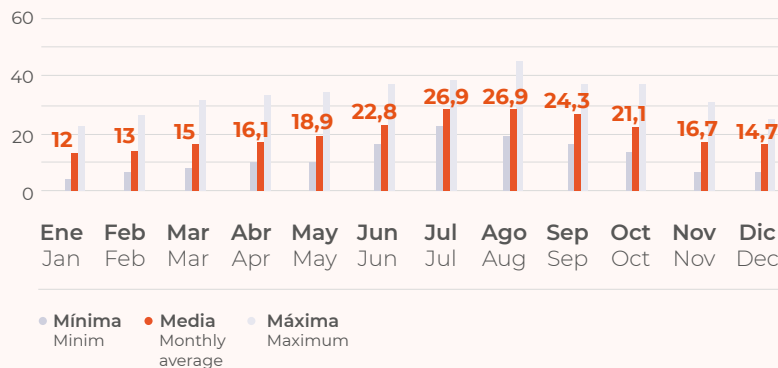
255

DÍAS CON TEMPERATURA + 20°
DAYS WITH TEMPERATURE OVER 20°



TEMPERATURAS TEMPERATURES

MÁXIMAS, MÍNIMAS Y MEDIAS MENSUALES °C
MAXIMUM, MINIM AND MONTHLY AVERAGE °C



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

“La ciudad goza de temperaturas suaves todo el año que permiten descubrir su amplia oferta natural y cultural en cualquier época del año”

The city enjoys mild temperatures all year round, which allows you to discover its wide natural and cultural offer at any time of the year”



*“Las Llegadas al aeropuerto de València crecieron un **9,9%** en 2019 con **4.268.754** pasajeros. El mayor incremento se dio en llegadas internacionales, un **10,6%** con **3.149.708** pasajeros”*

*“Arrivals at the València airport grew by **9.9%** in 2019, reaching **4,268,754** passengers. The greatest increase was in international arrivals, which rose by **10.6%** to **3,149,708** passengers”*



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

4.268.754

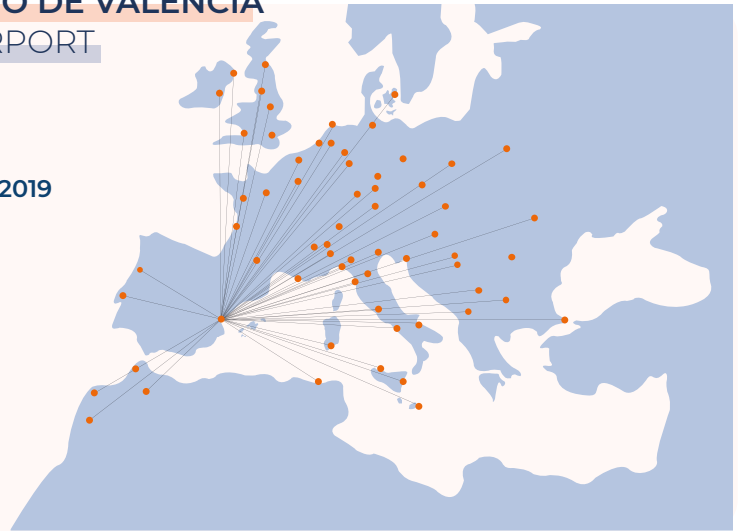
Total pasajeros llegados al aeropuerto en 2019
Passengers arrived to the airport in 2019

69

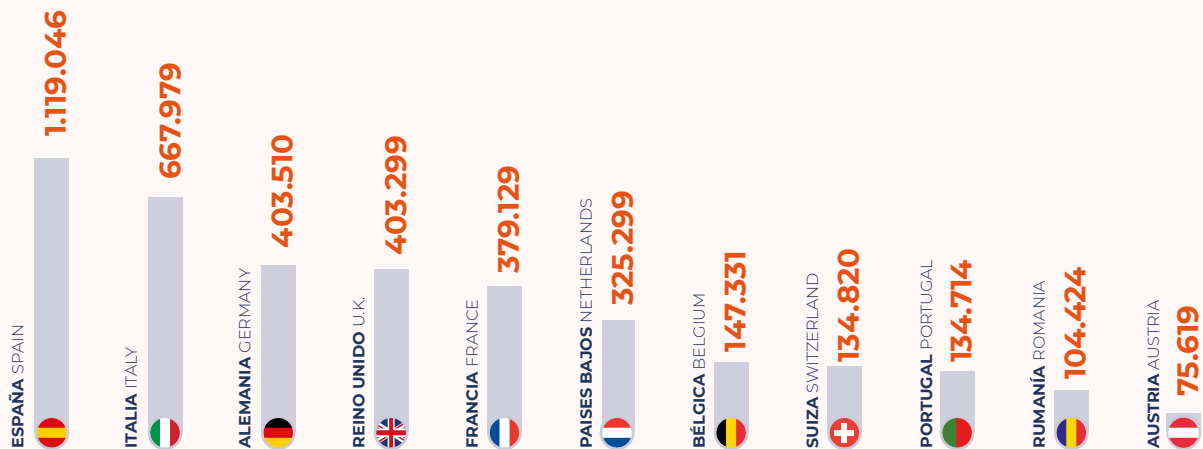
Conexiones internacionales
International air connections

18

Conexiones nacionales
National air connections



PASAJEROS LLEGADOS DE LOS PRINCIPALES DESTINOS PASSENGERS ARRIVING FROM MAIN DESTINATIONS



Fuentes - Sources: AENA y Visit València.

TRANSPORTES TRANSPORTS





OFERTA DE TRANSPORTE URBANO PUBLIC TRANSPORT SUPPLY

AUTOBUSES
96.909.299
viajeros · travellers



160 KM
carril bici
cycle lines

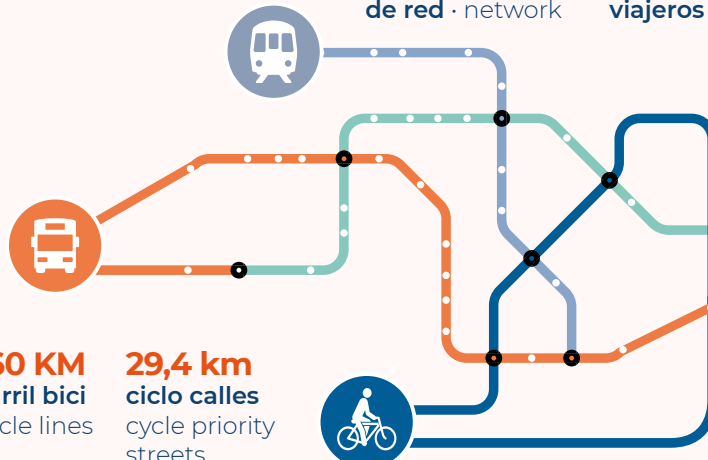
29,4 km
ciclo calles
cycle priority
streets



METRO VALÈNCIA

156 KM
de red · network

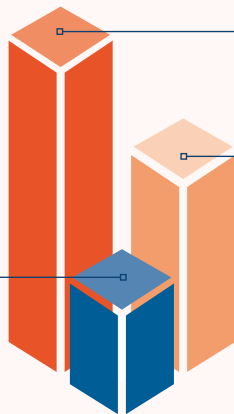
69.442.539
viajeros · travellers



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



596.888
Media
distancia



12.010.027
Cercanías

4.581.436
AVE Larga
distancia

DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA TOURISM DEMAND AND SUPPLY

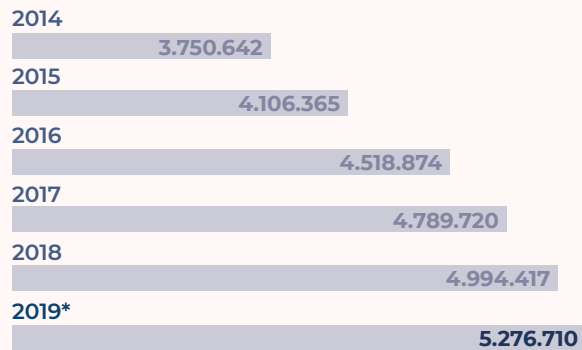


A

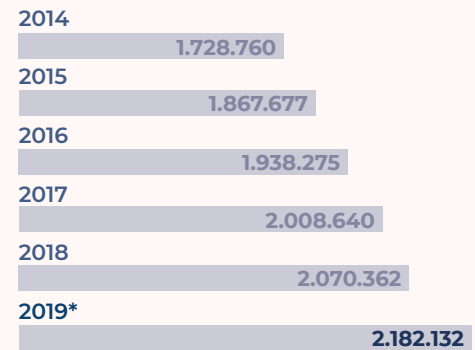
VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y APARTAMENTOS REGISTRADOS
VISITORS AND OVERNIGHT STAYS IN HOTELS AND REGISTERED APARTMENTS



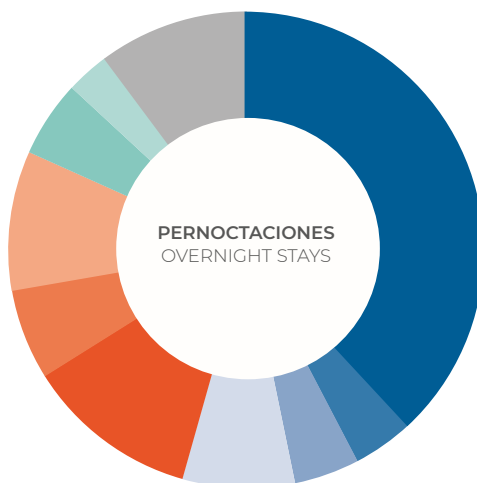
PERNOCTACIONES OVERNIGHT STAYS



VIAJEROS VISITORS



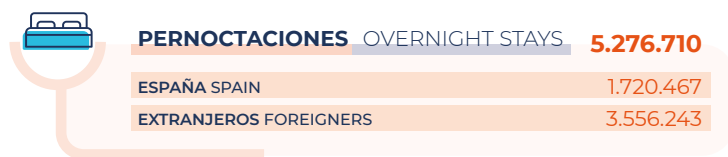
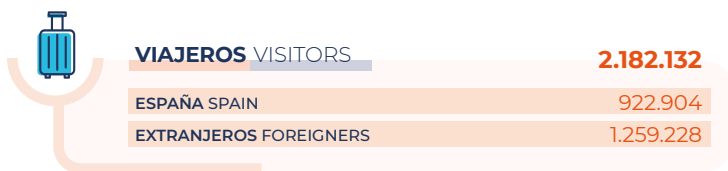
* Datos provisionales | Provisional data



- ESPAÑA 33%
- ALEMANIA 5%
- FRANCIA 4%
- PAÍSES BAJOS 9%
- ITALIA 14%
- REINO UNIDO 6%
- RESTO UNIÓN EUROPEA 11%
- EUROPA EXCL. UNIÓN EUROPEA 5%
- E.E.U.U. 4%
- OTROS 10%

Fuente · Source: INE (EOH + EOAT).

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



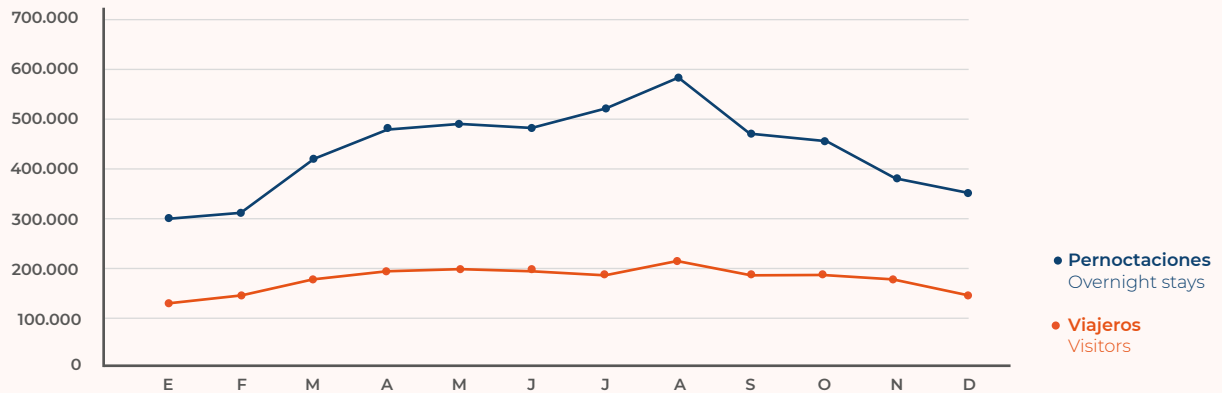
	VIAJEROS VISITORS	PERNOCTACIONES OVERNIGHT STAYS
EUROPA (sin Esp.)	943.213	2.844.767
ALEMANIA	82.322	261.908
AUSTRIA	16.556	53.016
BÉLGICA	47.126	155.527
DINAMARCA	6.894	22.361
FINLANDIA	4.523	13.563
FRANCIA	84.202	227.502
PAÍSES BAJOS	144.318	484.628
IRLANDA	13.483	39.994
ITALIA	233.021	719.653
POLONIA	12.070	34.649
PORTUGAL	21.714	53.094
REINO UNIDO	117.061	336.786
RUMANÍA	12.497	34.443
SUECIA	9.470	23.753
NORUEGA	7.783	19.250
RUSIA	31.321	86.544
SUIZA	25.015	74.425
TURQUÍA	4.171	9.140
INTERCONTINENTAL	316.015	711.476
AMERICA	177.423	419.396
BRASIL	14.610	31.407
CANADÁ	11.260	24.613
ESTADOS UNIDOS	77.035	196.451
MÉXICO	8.746	18.538
ÁFRICA	19.359	49.132
ASIA	75.710	141.173
JAPÓN	11.187	19.223
CHINA	28.702	47.229
AUSTRALIA	9.020	18.592



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).

DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA TOURISM DEMAND AND SUPPLY



“El número de pasajeros de cruceros creció un 4,3% respecto al ejercicio anterior”

“The number of cruise passengers grew by 4.3%, compared to the previous year”

D

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



ESCALAS CRUISE CALLS

2019



203



PASAJEROS CRUISE PASSENGERS

2019



435.616



PROMEDIO DE PASAJEROS AVERAGE NUMBER OF PASSENGERS

2019



2.146

E

TURISMO DE REUNIONES MICE TOURISM



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



129.987

Asistentes
Attendees

60%

Eventos corporativos
Corporate meetings

40%

Congresos
Association meetings

42%

Internacional
International

PROCEDENCIA
ORIGIN

58%

Nacional
National

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



73%

Eventos corporativos
Corporate meetings

EVENTOS
MEETINGS

27%

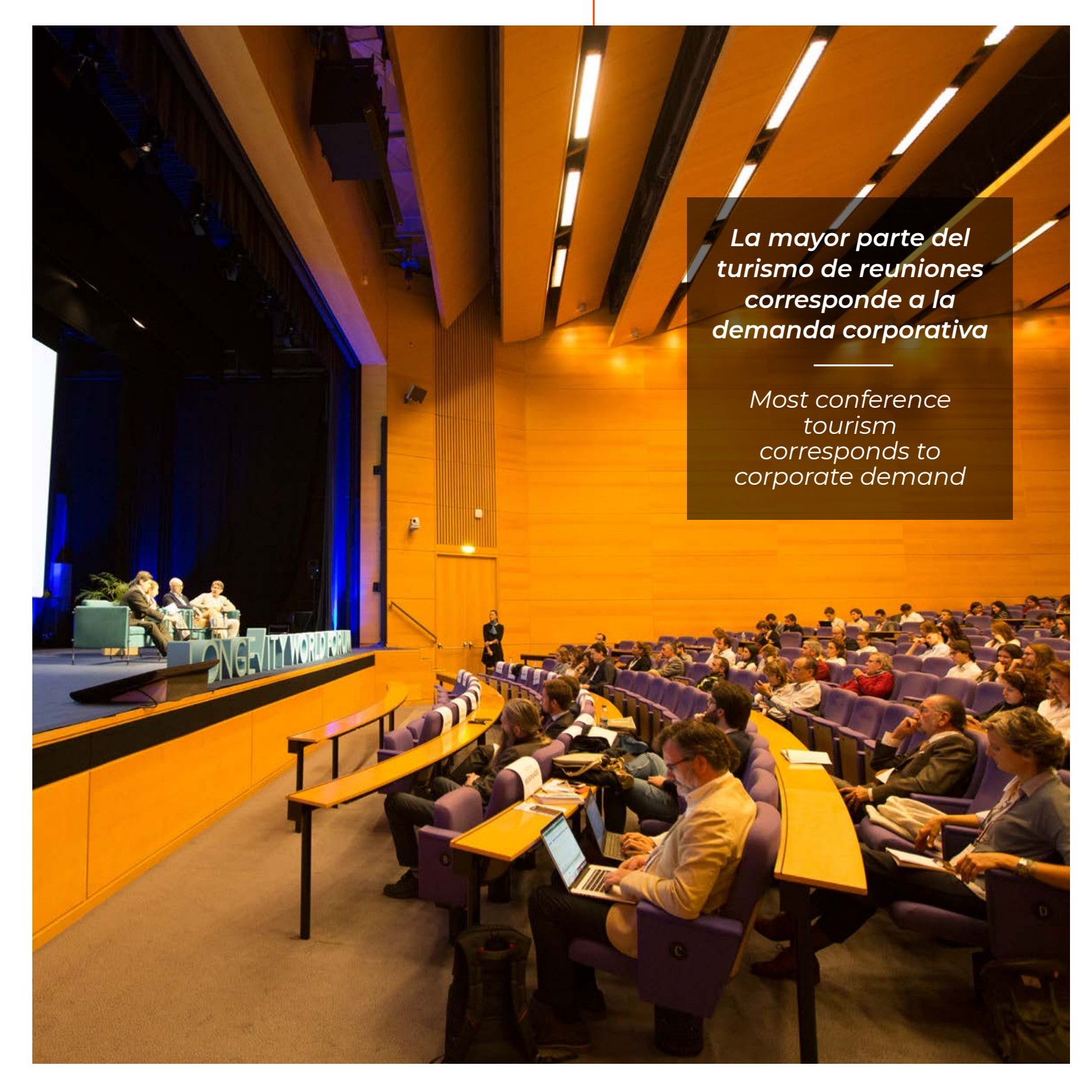
Congresos
Association meetings



1.285

**Congresos, convenciones,
presentaciones de producto
e incentivos**

Conferences, conventions,
product presentations, incentives

A wide-angle photograph of a modern conference hall. The stage is on the left, featuring a panel discussion with three people seated on a light blue sofa. A large sign on the stage reads 'ONGEVITY WORLD FORUM'. The audience, consisting of many people, is seated in purple chairs with attached wooden desks. Some audience members are using laptops. The hall has a high ceiling with recessed lighting and wood-paneled walls.

*La mayor parte del
turismo de reuniones
corresponde a la
demanda corporativa*

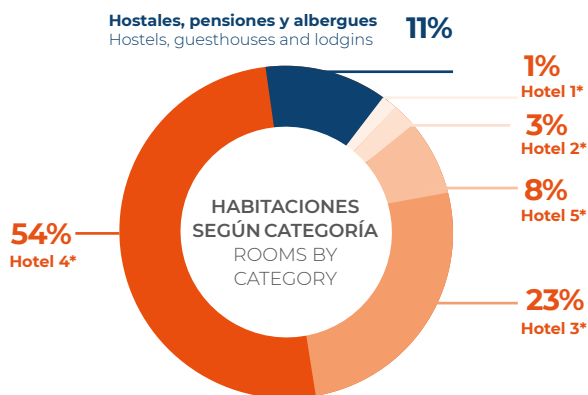
*Most conference
tourism
corresponds to
corporate demand*

F ALOJAMIENTO ACCOMODATION



OFERTA HOTELERA ACCOMMODATION OPTIONS

	CATEGORÍA CATEGORY	ESTABLECIMIENTOS ESTABLISHMENTS	HABITACIONES ROOMS	PLAZAS BEDS
HOTELES HOTELS	5*	6	748	1.494
	4*	42	5.302	10.314
	3*	32	2.248	4.266
	2*	10	339	659
	1*	3	79	134
HOSTALES, PENSIONES Y ALBERGUES HOSTELS, GUESTHOUSES AND LODGINS		84	1.135	2.219
TOTAL		172	9.851	19.086



OTROS OTHERS

	6.349	Apartamentos registrados Registered apartments
	29.988	Plazas Beds
	2	Campings Campsites
	2	Plazas Beds

G OCUPACIÓN HOTELERA
HOTEL OCCUPANCY

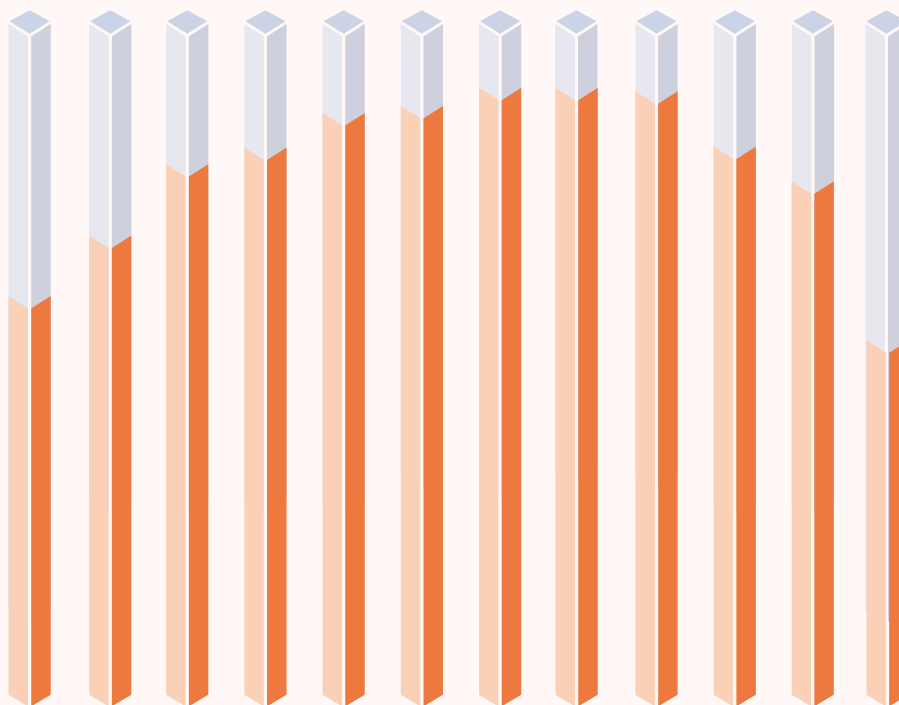
*“La ocupación hotelera **creció 3 puntos y alcanzó el 77,12 %**”*

*“Hotel occupancy grew by **3 points, reaching 77.12 %**”*



OCUPACIÓN DE HABITACIONES HOTEL OCCUPANCY

59% 67% 76% 80% 84% 86% 88% 87% 86% 82% 73% 57%

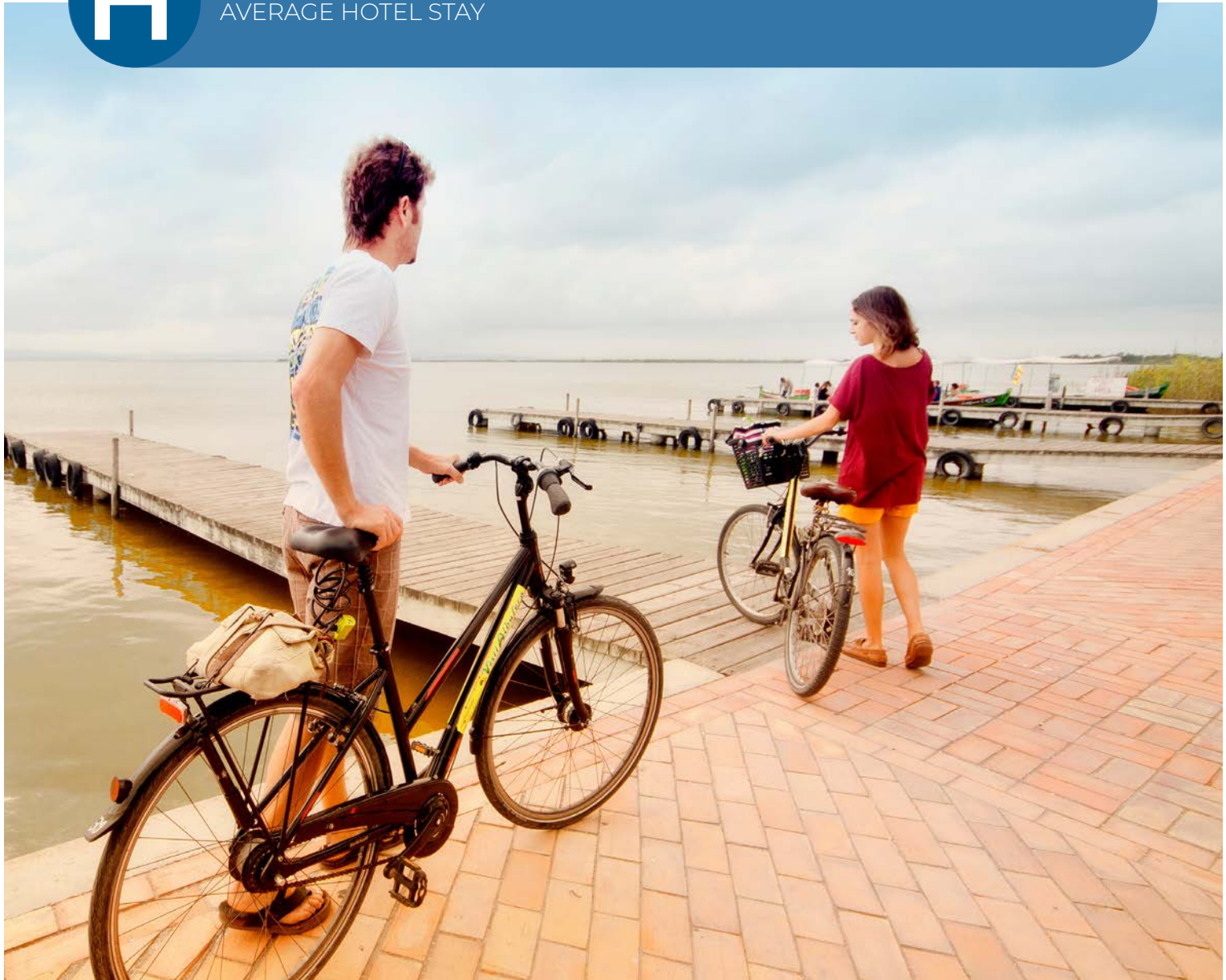


ENE JAN FEB FEB MAR MAR ABR APR MAY MAY JUN JUN JUL JUL AGO AUG SEP SEP OCT OCT NOV NOV DIC DEC

Fuente - Source: INE (EOH).

H

ESTANCIA MEDIA DE LOS TURISTAS
AVERAGE HOTEL STAY



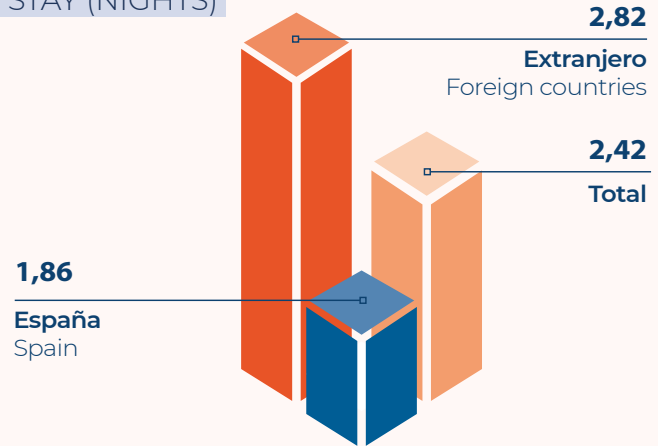


ESTANCIA MEDIA EN LOS HOTELES Y APARTAMENTOS (NOCHES)

AVERAGE HOTEL AND APARTMENTS STAY (NIGHTS)

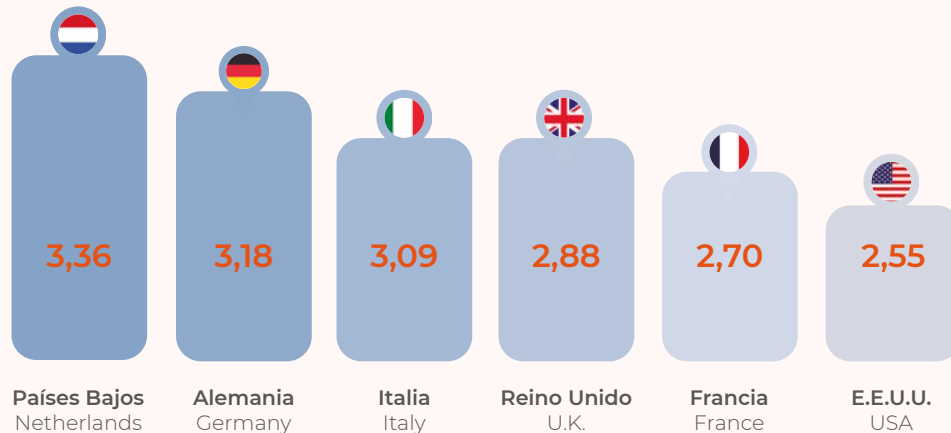
La estancia media continúa creciendo en València, un 0,2%, hasta las 2,42 noches

The average stay in València grew by 0.2%, reaching 2.42 overnight stays



ESTANCIA MEDIA SEGÚN EL PAÍS DE RESIDENCIA

AVERAGE STAY TIME PER COUNTRY OF ORIGIN



Fuente • Source: INE (EOH +EOAT).

1

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: 40
- Teatros: 22
- 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: 2.430

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 (20 de abril, trasladada al lunes siguiente de Pascua), Sant Dionís (9 de octubre, día de la Comunidad Valenciana)

CULTURE

- World Heritage Monument: Lonja de la Seda (the Silk Exchange), Tribunal de las Aguas and Fallas.
- Museums and Cultural buildings: 40
- Theaters: 22
- 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: 2.430

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 Ha
- Beaches: Around 20 km of beaches

OTHER

- Moorings in sporting marinas: Royal Nautical Club and 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 20, 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 PRINCIPE FELIPE*	891.645
LONJA	627.458
TORRES DE SERRANOS	404.902
CATEDRAL DE VALÈNCIA	381.408
CENTRE DEL CARME	267.898
SAN NICOLÁS	228.156
IVAM	210.000
FUNDACIÓN BANCAJA	188.542
MUSEO NAC. DE CERÁMICA GONZÁLEZ MARTÍ	184.379
MUVIM	178.540
MUSEO DE BELLAS ARTES	177.137
CENTRE CULTURAL LA BENEFICÈNCIA	158.050
MUSEO FALLERO	124.252
MUSEO HISTÓRICO	102.516
L'ALMOINA	86.018
MUSEO DE LA SEDA	85.312
TORRES DE QUART	82.782
MUSEO DEL CORPUS-CASA DE LAS ROCAS	79.046
MUSEO DE CIENCIAS NATURALES	73.179
MUSEO TAURINO	58.851
BOMBAS GENS CENTRE D'ART	53.000
MUSEO DE LA CIUDAD	23.691
MUSEO DE HISTORIA DE VALÈNCIA	21.394
ALMUDÍN	19.094
CASA MUSEO BENLLIURE	17.168
CRIPTA SAN VICENTE	16.605
PALACIO CERVELLÓ	15.226
MUSEO DE LA SEMANA SANTA MARINERA	13.656
CASA MUSEO BLASCO IBÁÑEZ	10.911
SALA MUNICIPAL D' EXPOSICIONS	10.505
ATARAZANAS	6.738
GALERÍA EL TOSSAL	4.091
CASA MUSEO CONCHA PIQUER	1.374

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*	1.587.521
BIOPARC	637.000
L' HEMISFÈRIC*	397.358

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



1

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 la Asamblea general y Comité del programa. 2 meetings of the General Assembly and Program Committee.
- **149** empresas vinculadas al programa. 149 companies linked to the program.
- **2** ferias y **9** workshops profesionales. 2 fairs and 9 professional workshops.
- **22** visitas de inspección. 22 inspection visits.
- **13** workshops. 13 workshops.
- **30** congresos ICCA con cerca de **23.000** delegados. 30 ICCA congresses with nearly 23,000 delegates.
- **33** candidaturas ganadas (20 congresos y 13 corporativo) con 22.250 delegados captados (15.250 congresos y 7.000 corporativo). 33 candidatures won (20 congresses and 13 corporate meetings) with 22,250 delegates acquired (15,250 congresses and 7,000 corporate)
- Confirmación de la candidatura del **Festival WEBIT 2020** (15.000 asistentes). Confirmation of the candidacy of the 2020 WEBIT Festival (15,000 attendees)
- Sede del workshop **MICE Europe Congress**. Venue for the MICE Europe Congress workshop.
- **Networking** anual con el **sector MICE**. Annual networking with the MICE industry.



CULTURAL VALÈNCIA

- Asamblea constituyente y **2** reuniones del Comité del programa. Constituent Assembly and 2 meetings of the Program Committee.
- **103** empresas vinculadas. 103 companies linked to the program.
- **1** feria profesional. 1 professional fair.
- **2** candidaturas conseguidas: **EDA 2020** y **WDC 2022**. 2 successful candidatures: EDA 2020 and WDC 2022.
- **10** press trips y fam trips. 10 press and fam trips.
- Nuevos soportes: **Guía de la Música, las Artes Escénicas y los Festivales Urbanos y agenda anual y trimestral**. New media: Music Guide to , Performing Arts and Urban Festivals and annual and quarterly agenda.
- Participación en el **grupo de trabajo Camino del Grial, Ruta de la Seda y València Music City**. Participation in the Camino del Grial (Holy Grail Route), Ruta de la Seda (Silk Route) and València Music City task forces.
- 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 Heritage.
- Acuerdos de colaboración con **Servientradas, Notikumi y Soldout**. Cooperation agreements with Servientradas, Notikumi and Soldout.



VLC GASTRONOMÍA GASTRONOMY

- **1** Asamblea General del programa y 4 reuniones de su órgano de gobierno. 1 General Assembly of the program and 4 meetings of its governing body.
- **122** entidades vinculadas. 122 related entities.
- Incorporación a la **Ejecutiva del Club Saborea España**. Incorporation into the Executive of the Saborea España Club.
- Presentaciones gastronómicas en **Londres, Miami y Bruselas**. Gastronomic presentations in London, Miami and Brussels.
- **61** press trips. 61 press trips.
- Edición de la guía **Valencia Gastronómica**. Publication of the Valencia Gastronomy Guide.
- Agenda gastronómica con **21** eventos. Gastronomic agenda with 21 events.
- 2ª edición del **World Paella Day** con acciones paralelas en València, Nueva York, Milán, Tokio o Londres y designación de Jose Andrés como Embajador Internacional de La Paella. 2nd edition of the World Paella Day with parallel events in Valencia, New York, Milan, Tokyo or London and appointment of Jose Andrés as International La Paella Ambassador.
- **2** ediciones del certamen **València Cuina Oberta** con **14.700** menús servidos y un impacto económico de 530.000 euros. 2 editions of the València Cuina Oberta Event with 14,700 menus served and an economic impact of 530,000 euros.
- **10** productos turísticos a la venta articulados en torno a paella, enoturismo y tapas. 10 tourist products on sale, based on paella, wine tourism and tapas.





VLC CRUISES

- **1** feria profesional. 1 professional fair.
- **3** workshops. 3 workshops.
- Nuevos soportes: reedición **Guía de cruceros**.
New media: re-edition of the Cruise Guide.
- **185** escalas atendidas. Assistance to 185 stopovers.



VLC SHOPPING

- **2** reuniones del Comité del programa. 2 meetings of the Program Committee.
- **55** empresas vinculadas. 55 related companies.
- **1** nuevo colaborador. 1 new partner.
- **13** press trips. 13 press trips.
- **3** fam trips. 3 fam trips.
- Nuevos soportes: **plano monográfico de shopping** en 3 idiomas. New media: monographic shopping map in 3 languages.
- Creación de la **Ruta Made in València**. Creation of the Made in Valencia Route.
- Colaboración en las **2** ediciones de la **Shopening Night**. Collaboration in the 2 editions of the Shopening Night.
- **Campaña de Navidad**, promoción de las compras en València. Christmas campaign, promotion of shopping in Valencia.



UNIQUE VALÈNCIA

- Creación de la **nueva marca turística Unique** para promocionar las experiencias singulares y únicas de la ciudad. Creation of the new Unique tourism brand to promote the city's singular and unique experiences of the city.
- Desarrollo de la web **uniquervalencia.com** con más de 40 planes únicos. Development of the uniquervalencia.com website with more than 40 unique plans



VALÈNCIA FILM OFFICE

- **7** ferias profesionales. 7 professional fairs.
- **6** presentaciones de destino. 6 destination presentations..
- **10** visitas de familiarización e inspección con localizadores nacionales e internacionales. 10 fam and inspection visits with national and international locators.
- **381** consultas de rodaje atendidas. 381 filming consultations attended to.
- **232** rodajes en València. 232 shootings in Valencia.
- Apoyo a **Cinema Jove, La Mostra, La Cabina y Festival de Cinema Ciutadà Compromés**. Support for Cinema Jove, La Mostra, La Cabina and Festival de Cinema Ciutadà Compromés.
- **Premio Gaceta del Turismo** "Promoción de València como plató cinematográfico". Gaceta del Turismo "Promotion of Valencia as a film set" Award.



NATURALEZA NATURE

- Reunión del grupo de trabajo del programa. Program working group meeting.
- **1** fam trip. 1 fam trip.
- **1** press trip. 1 press trip.
- Producción del **folleto Albufera**. Production of the Albufera brochure.
- Participación en **3** jornadas informativas. Participation in 3 information days.
- Difusión de los **espacios naturales en acciones promocionales**. Dissemination of the natural areas in promotional activities.



VLC SPORTS

- Reunión del grupo de trabajo y Asamblea constituyente. Working group meeting and Constituent Assembly.
- **46** empresas vinculadas. 446 related companies.
- **1** feria profesional. 1 professional fair.
- **2** presentaciones de producto. 2 product presentations.
- **2** workshops. 2 workshops.
- **9** press trips. 9 press trips.
- **12** acciones de co-marketing. 112 co-marketing actions.
- **3** fam trips. 3 fam trips.
- **2** visitas de inspección. 2 inspection visits.
- Colaboración en la organización de **València Experience Trophy**. Collaboration in the organization of the Valencia Experience Trophy.
- Celebración jornada UTT sobre deporte y turismo. Celebration of UTT Day on "Sport and Tourism".
- Nuevos soportes: **página web Visitvalencia.com/sports, material promocional, vídeos y fotos de turismo activo**. New media: Visitvalencia.com/sports website, promotional material, videos and photos on active tourism.
- Apoyo y promoción del **Maratón, Seniors Masters Cup, Marcha Ciudad de VLC, Media Maratón, Valencia Boat Show, Basketball VLC Challenge, Copa de la Reina de Vela, Campeonato Europa Sub 21 hockey, Dreamhack, UMB Mundial de Baloncesto, Campeonato de España de Judo, etc.** Support and promotion of the València Marathon, Seniors Masters Cup, VLC City March, Half Marathon, Valencia Boat Show, Basketball VLC Challenge, Queen's Cup of Sailing, European Under-21 Hockey Championship, Dreamhack, UMB World Basketball Championship, Spanish Judo Championship, etc.



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

i

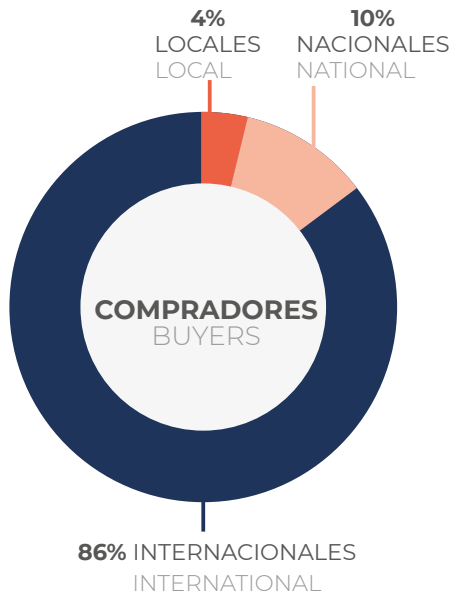
- **7** puntos de información turística. 7 tourist information offices.
- **224.804** visitantes atendidos. 224,804 visitors served.
- **14.403** visitantes con diversidad funcional, un **6,41% del total** de turistas atendidos. 14,403 visitors with functional diversity, 6.41% of the total number of tourists served.
- Proporción compradores **30,92%**. Share of buyers: 30.92%..
- **76%** internacionales, **17%** nacionales y **7%** locales. 76% international, 17% national and 7% local.
- **Punto móvil de información** entre julio y octubre, que atendió **10.642 visitantes y tuvo 3.142 compradores**. Mobile information point between July and October, which served 10,642 visitors and had 3,142 buyers.
- **Free Wifi** en todas las oficinas con **7.150 usuarios**. Free WiFi in all offices with 7,150 users.
- **Tax Free**. Servicio ofrecido en Tourist-Info Paz con Global Blue y Planet. Tax Free. Service offered at Tourist-Info Paz with Global Blue and Planet. Tax Free.
- **Satisfacción: 14.360 encuestas** con una valoración de la atención del personal de 4,3 sobre 5. Customer satisfaction: 14,360 interviews with a service scoring of 4.3 out of 5.



VALÈNCIA TOURIST CARD



- **80** puntos de venta. 80 points of sale.
- **93.622** unidades vendidas (+15,49%). 93,622 units sold (+15.49%).
- **1.790.827,65 euros** (+14,60%). 1,790,827.65 euros (+14.60%).
- **127** entidades adheridas. 127 member institutions.



VENTAS SALES



- **4.085.333,98** de ventas e ingresos publicitarios. Turnover: 4,085,333.98 euros in sales and advertising.



TOURIST INFO

- **69.500** compradores. 69,500 buyers.
- **1.861.407,57 euros** (4% local - 10% nacional - 86% internacional). 1,861,407.57 euros (4% local - 10% national - 86% international).
- Ratio conversión de compras **30,92%**. Purchase Conversion ratio: 30.92%.
- Gasto medio **27,15 euros**. Average expenditure 27.15 euros.
- Referencias a la venta **335**. Items for sale :335.
- **43.000 VTCARD** vendidas en las Tourist-Info. 43,000 VTCards sold at the Tourist-Info Bureaus.
- **185 escalas** de cruceros atendidas. 185 cruise stopovers served.



ONLINE STORE

- **13.913** transacciones. 13,913 transactions.
- **1.735.135,13 euros** (+23%). 1,735,135.13 euros (+23%).



CUINA OBERTA

- **530.000 euros**.

2

ESTRATEGIA 2. Actualizar la marca València. Promoción más segmentada y tecnológica

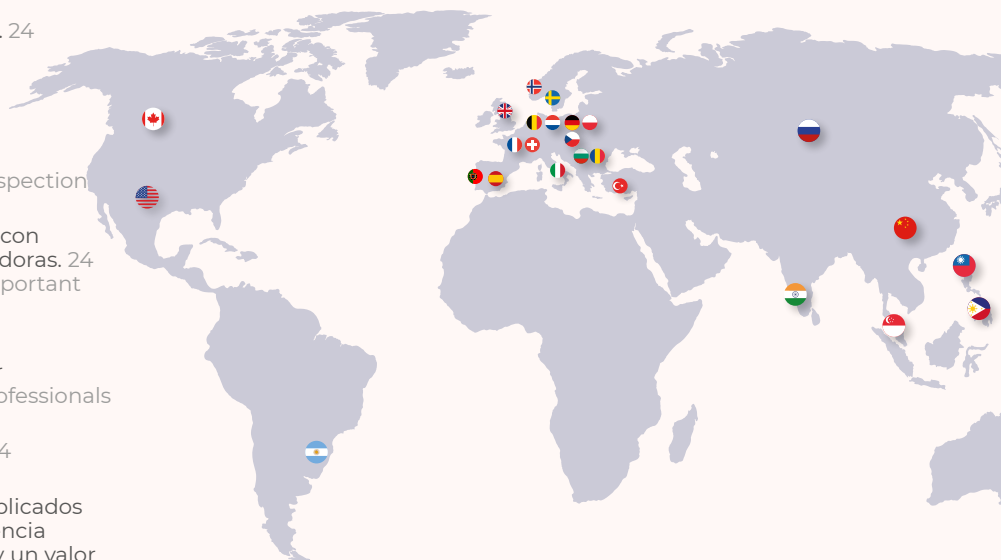
STRATEGY 2. Updating the València brand. More segmented and technological promotion

REFUERZO DE LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

PROMOTION AND MARKETING STRENGTHENING



- **445** acciones de promoción y comercialización. 445 promotion and marketing actions.
- **24** presentaciones de destino. 24 destination presentations.
- **23** ferias. 23 fairs.
- **25** workshops. 25 workshops.
- **26** fam trips. 26 fam trips.
- **36** visitas de inspección. 36 inspection visits.
- **24** acciones de co-marketing con importantes marcas colaboradoras. 24 co-marketing actions with important partner brands.
- **101** press trips. 101 press trips.
- **2.040** profesionales del sector alcanzados. 2,040 industry professionals reached.
- **344** periodistas atendidos. 344 journalists served.
- **1.300** reportajes y noticias publicados sobre València, con una audiencia potencial de **4.000 millones** y un valor publicitario estimado que ronda los 20 millones de euros, según nuestras agencias de comunicación. 1,300 articles and news on Valencia published, with a potential audience of 4,000 million and an estimated advertising value of around 20 million euros, according to our communication agencies.



REFUERZO DE LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PROMOTION AND MARKETING STRENGTHENING



- **8,5 millones de pasajeros (+9,8%).** 8.5 million passengers (+9.8%).
- **4.268.754 llegadas al aeropuerto de València (+9,9%).** 4,268,754 arrivals at Valencia airport (+9.9%).
- **3.149.708 llegadas internacionales (10,6%).** 3,149,708 international arrivals (10.6%).
- **1.119.046 llegadas nacionales (7,9%).** 1,119,046 national arrivals (7.9%).
- **90 aeropuertos conectados, 14 hubs.** 90 connected airports, 14 hubs.
- Más de **9 millones** de plazas. More than 9 million seats.
- **150.000** nuevas plazas aéreas. 150,000 new airline seats.
- **4 nuevas conexiones en primavera-verano 2020.** 4 new connections in spring-summer 2020.
- **4 nuevas conexiones otoño-invierno 2019/2020.** 4 new connections in autumn-winter 2019/2020.
- Participación en la Feria **Europe Routes.** Participation in the Europe Routes Fair.
- Asistencia a la conferencia **EMEA del Grupo Lufthansa.** Attendance at the EMEA conference of the Lufthansa Group.
- Workshop **Fly Valencia Meeting** y congreso **AviaDev.** Workshop Fly Valencia Meeting and AviaDev Congress.
- Campaña en los circuitos de información municipal. Campaign In the municipal information circuits.



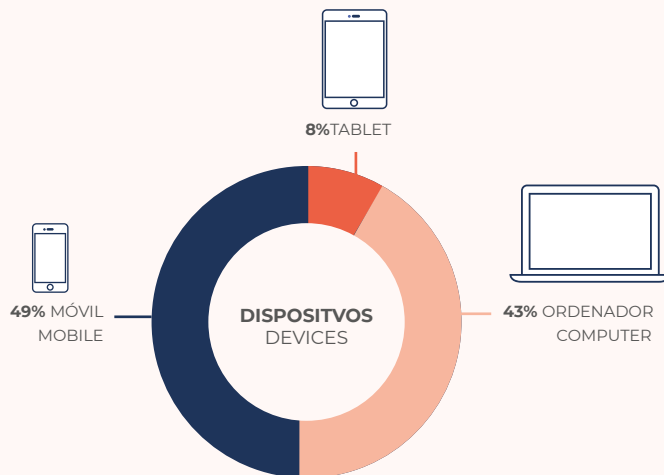


ONLINE MARKETING

(visitvalencia.com, valenciatouristcard.com, valenciacuinaoberta.com...)

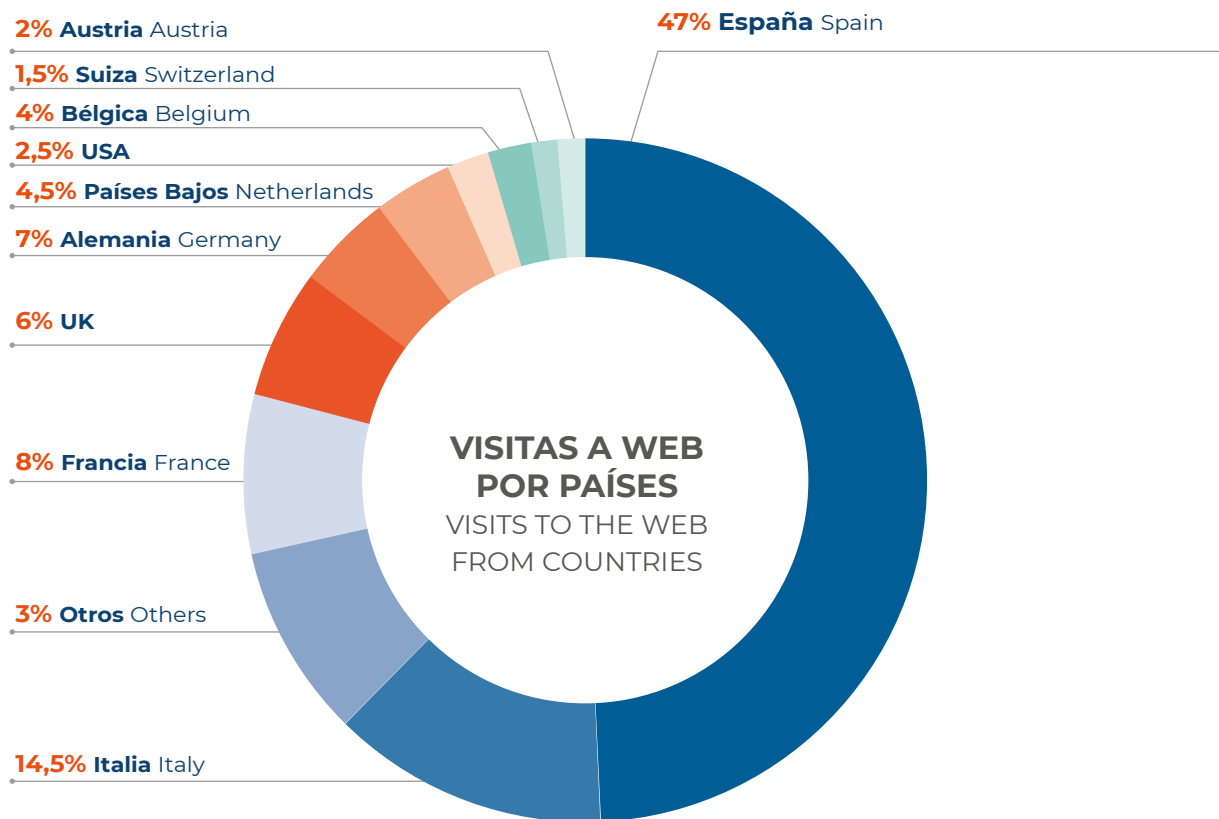


- Lanzamiento **37** campañas de marketing online. 37 online marketing campaigns launched.
- **5** nuevos kioscos digitales. 5 new digital kiosks.
- **4.436.452** visitas web (+73%). 4,436,452 web visits (+73%).
- **10.771.117** páginas vistas. 10,771,117 pages viewed.
- **5.780** clientes atendidos a través del chat en 6 idiomas (+16%). 5,780 customers served through chat in 6 languages (+16%).
- **306.596** seguidores en redes sociales con más de 31 millones de alcance. 306,596 followers in social networks with more than 31 million reach.



VISITAS POR PRINCIPALES PAÍSES A WEBS DE VISIT VALÈNCIA

VISITS FROM MAJOR COUNTRIES TO VISIT VALÈNCIA WEBSITES



Fuentes · Sources: Visit València

3

ESTRATEGIA 3. Un destino inteligente y sostenible

STRATEGY 3. A smart and sustainable destination

MÁS INTELIGENCIA Y DIGITALIZACIÓN

MORE INTELLIGENCE AND DIGITALIZATION



- Lanzamiento de la primera fase del **Sistema de Información Turística (SIT)**, con **4.000.000 datos** accesibles para el sector turístico. Launch of the first phase of the Tourist Information System (TIS), with 4,000,000 data accessible to the tourism INDUSTRY.
- **6 presentaciones del SIT** en 3 países. 6 TIS presentations in 3 countries.
- Diseño **segunda fase**, centrado en perfil de demanda y patrón de consumo. Second phase design; focused on demand profile and consumption pattern.
- Seguimiento de la coyuntura turística en la ciudad, Informe del Perfil del Visitante, Memoria de Actividades, Balance y Documento de Estadísticas 2018. Monitoring of the tourism situation in the city, Visitor Profile Report, Activities Report, Balance and Statistics Document 2018.
- **Plan de digitalización** de Visit València: plan plurianual de implantación de sistemas informáticos para impulsar la eficiencia y el control de la Fundación. Visit València Digitisation Plan: a multi-year plan to implement computer systems to boost the Foundation's efficiency and control.
- Lanzamiento proyecto **CRM B2B** para mejorar el servicio a los asociados y la relación con los agentes de los mercados emisores. Launch of the CRM B2B Project to improve the service to the associates and the relationship with the agents of the issuing markets.
- Instauración de servicio informático. Implementation of IT service.

MÁS CALIDAD Y TALENTO

MORE QUALITY AND TALENT



- **3 jornadas del Foro Urban Tourism Trends** con más de **320 asistentes**; centradas en el SIT, el turismo deportivo y el mercado alemán. 3 Days of the Urban Tourism Trends Forum with more than 320 attendees; focused on the SIT, sports tourism and the German market.
- Gestión de **126 distinciones SICTED** (+4%). Management of 126 SICTED awards (+4%)
- **Mantenimiento de certificaciones del sistema de gestión de la Fundación:** ISO 9001/14001:15 gestión de calidad y ambiental; UNE 170001-2:07 en accesibilidad. Renewal of the Foundation's Management System Certificates: ISO 9001/14001:15 Quality and Environmental Management; UNE 170001-2:07, accessibility.
- **Renovación** de la Marca Q en oficinas de Información y programa València Convention Bureau. Renewal of the Q mark in information offices and the València Convention Bureau program.

SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL SOCIAL AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY



- Participación en proyectos internacionales de sostenibilidad:
 - **Interreg Med Castwater:** gestión eficiente del agua en el sector turístico.
 - **Scithos:** turismo urbano sostenible e inteligente.
 - **Interreg Med Mitomed+:** indicadores europeos de sostenibilidad turística.
- Participación en el **grupo de trabajo de Turismo Sostenible Interreg Med.**

Participation in international sustainability projects:

- Interreg Med Castwater: efficient water management in the tourism sector.
 - Scithos: sustainable and intelligent urban tourism.
 - Interreg Med Mitomed+: European tourism sustainability indicators.
 - Participation in the Interreg Med Sustainable Tourism working group.
- Apoyo a proyectos internacionales de la **Fundación ValenciaPort y Turisme Comunitat Valenciana (HeritData, Climate-Kic Spain (Electrotur))**. Support for international projects of the ValenciaPort Foundation and Turisme Comunitat Valenciana (HeritData, Climate-Kic Spain (Electrotur))
 - Dinamización del grupo de trabajo de proyectos de turismo sostenible en València, con 15 entidades. Promotion of the working group on sustainable tourism projects in Valencia, with 15 entities.
 - Participación en la **Red de Observatorios de Turismo Sostenible (INSTO) de la OMT**. Participation in the UNWTO Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO) of the WTO.
 - Organización de la fiesta **Tur4all**, presentando la Guía de turismo accesible, en colaboración con Predif. Organisation of the Tur4all party, presenting the Guide for Accessible Tourism, in collaboration with Predif.
 - Participación en la **Feria Activa't**, con ocasión del Congreso Nacional de Cocemfe. Participation in the Activa't Fair, on the occasion of the National Cocemfe Congress.



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



- En coordinación con el Servicio de Turismo, organización y convocatoria de:
 - **Comisión Municipal de Turismo.**
 - **Comisión Municipal de Coordinación Turística.**
 - Asistencia al **I Encuentro Silk Cities Network** e incorporación a la red.

In coordination with the Tourism Service, organization and call for:

 - Municipal Tourism Commission.
 - Municipal Tourism Coordination Commission.
 - Attendance to the I Silk Cities Network Meeting and incorporation.
- Participación en grupos de trabajo:
 - **Bus Turístico con Movilidad.**
 - **Órgano Gestor de Playas.**

Participation in working groups:

 - Tourist Bus with Mobility.
 - Beach Management Entity.
- Trabajo en colaboración con Alcaldía: Dominio Público, Policía, Residuos Sólidos, Ciclo Integral del Agua, Deportes y FDM, Patrimonio Histórico, etc.

Work in collaboration with the Mayor's Office: Public Domain, Police, Solid Waste, Integral Water Cycle, Sports and FDM, Historical Heritage, etc.

GESTIÓN EFICIENTE, TRANSPARENTE Y PARTICIPATIVA

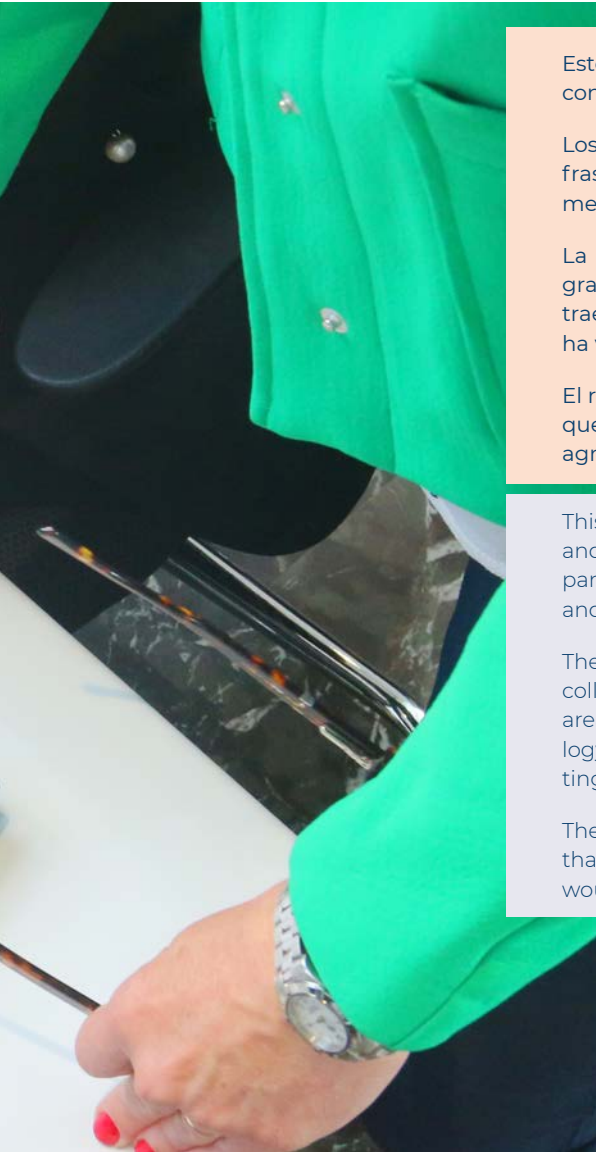
EFFICIENT, TRANSPARENT AND PARTICIPATIVE MANAGEMENT



- Creación de nuevos programas de producto con sus respectivos comités y asambleas: **Cultural València y VLC Sports.** Creation of new product programs with their respective committees and assemblies: Cultural València and VLC Sports.
- Coordinación con el Servici de Transparència i Govern Obert del Ajuntament para alimentar el Portal de Transparencia. Coordination with the Council's Transparency and Open Government Service to feed the Transparency Portal.
- Co-marketing con Ciutat de les Arts i les Ciències para la construcción e instalación de **corpóreo València** en paseo Hemisféric. Co-marketing with Ciutat de les Arts i les Ciències for the construction and installation of Valencia's 3D on Paseo Hemisféric.
- **363 socios** protectores y colaboradores en la Fundación. 363 partners and collaborators in the Foundation.







Este documento estadístico se elabora en base a fuentes de datos externas así como con los propios estudios e investigaciones llevados a cabo por Visit 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 proceden de los organismos y entidades citados que han colaborado con Visit València en la elaboración del documento. Queremos agradecer a todos ellos su implicación.

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



AJUNTAMENT
DE VALÈNCIA

VLC  VISIT
VALENCIA