

Balance Turístico

2021



València Balance Turístico 2021

Las restricciones a los viajes ocasionadas por las nuevas olas de la pandemia hicieron que 2021 fuera un año complicado para el turismo. Sin embargo, València aprovechó la coyuntura para dar un salto en posicionamiento. La Comisión Europea reconoció sus logros en materia de sostenibilidad, accesibilidad, innovación y creatividad eligiéndola Capital Europea del Turismo Inteligente 2022. Por segundo año consecutivo, fue seleccionada como la ciudad más sa-

ludable del mundo para vivir, según el índice elaborado por la consultora Money.co.uk y publicaciones como CNN, The New York Times o The Independent la encumbraron como una de las mejores ciudades para viajar. Todo ello mientras era seleccionada para acoger los Gay Games en 2026, albergaba la presentación de la Guía Michelin y se preparaba para la Gala de los Goya y ser la Capital Mundial del Diseño en 2022.

ESTRATEGIA I - Crear valor para el visitante

Programas de Producto

València Convention Bureau



- 3 reuniones del comité del producto y 1 conjunta con el resto de directores de producto
- 150 empresas vinculadas
- 9 visitas de inspección
- 2 viajes de familiarización
- 8 “workshops”
- 1 feria: IBTM (+40 citas)
- 50 candidaturas presentadas con un éxito del 32%
- 16 eventos confirmados hasta 2024
- 19.000 delegados aproximados
- 23 millones de € de impacto estimado

Film Office



- 3 ferias
- 2 visitas de familiarización/inspección (7 localizadores internacionales y 1 productora de servicio internacional)
- 2 presentaciones
- 286 consultas de rodaje atendidas
- 184 rodajes en València
- Asistencia a: Fitur Screen, Iberseries, Shooting Locations Marketplace
- Acciones de colaboración y apoyo: La Mostra de València, La Cabina, DocsValència, Socialmed. Congreso Internacional de Berlanga
- Rodajes destacados: serie para Amazon Prime ‘Citadel’
- Nueva oferta de visitas guiadas de cine: CAC y Berlanga

València Unique (reactivación de la marca)



- 2 presstrips
- 1 feria profesional
- 1 Visita de inspección
- 1 Roadshow
- Participación en Luxury Spain

València Sport



- 50 entidades vinculadas
- 4 reuniones de programa
- 4 presentaciones
- 1 viaje de prensa
- 2 viajes de familiarización (13 operadores)
- 4 visitas de inspección
- 2 candidaturas presentadas
- 4 Eventos captados: Gay Games 2026
- 7 Apoyo a eventos
- Acciones de colaboración y apoyo: Volta Ciclista CV, Eurobasket 2021, Open Int. Futvolley, Foro Deporte Inclusivo, Maratón VLC, proyecto europeo Erasmus + Runrustic, final de la WFFA, Maratón y Medio Maratón Trinidad Alfonso, Marcha Ciudad de VLC, València Boat Show, Optiorange 2020, etc...
- Acciones inversas: viaje de prensa para el Trofeo de la Reina, visitas de inspección de federaciones olímpicas de esgrima, IAGLMA, WFFA y Redbull Austria.

València Shopping



- 2 reuniones del Comité de producto y 1 Asamblea General
- 55 empresas vinculadas
- 2 viajes de familiarización
- 10 viajes de prensa especializadas
- Publicidad e inserciones: web de El Mundo (Made in VLC), Marie Claire España, Clec Fashion Moviment,
- Acciones de colaboración y apoyo: edición de la Shopening Night
- Campaña de Navidad, promoción de las compras en València
- Soportes: plano monográfico de shopping en 3 idiomas, salvamanteles “Centro histórico” (español e inglés), nueva vitrina en la oficina de la calle de la Paz.

València Cultural



- Reunión del comité del producto y 2 grupos de trabajo
- 99 empresas vinculadas
- 2 visitas de inspección
- 1 viaje de familiarización
- 7 viajes de prensa
- 2 ferias
- Campaña València, destino del Santo Grial: 6 galardones internacionales y sede de los premios mundiales CIFFT. Nueva experiencia de "geocaching", "Tras las pistas del Santo Grial" (premiada en FITUR) y señalética de la Ruta Grial en la ciudad
- Proyecto piloto de interpretación del patrimonio con tecnología 5G y realidad aumentada.
- Campaña #ListenValència
- Festival 10 Sentidos; Festival Human Fest, Dansa València; Abstracte, Open House, Volumens y Festival Ensems

VLC Gastronómica



- 144 empresas vinculadas
- 8 presentaciones gastronómicas
- 6 viajes de prensa especializada
- 15 eventos organizados o de apoyo a otros
- 18.000 menús vendidos
- Eventos organizados: Campaña Delivery,, "La Vuelta al Mundo en 80 platos" aproximadamente), 2 ediciones Cuina Oberta (13.000 menús vendidos), nueva marca "Delicious València", Gala Wikipaella, "World Paella Day", "Ftalks Summit Hospitality", CLEC , rueda de Prensa Michelin , Mediterránea Gastrónoma, Gala Cacau D'Or , evento efimero en el Mercado Central.
- Acciones directas: presentación en la UNESCO (Paris), Madrid Fusión, Noche de Estrellas en el Ritz de Madrid, Taste of Paris, 4 Manos Eindhoven (Begoña Rodrigo y Adrián Zarzo), Celebración Gala presentación Guía Michelin.

València Medical Destination



- 2 reuniones del Comité de producto
- 15 empresas vinculadas
- 2 ferias (Fitur salud y feria virtual)
- 1 workshop organizado en València
- Generación de contenido audiovisual
- Reestructuración de la web València Medical Destination en 5 idiomas
- Acciones a través de CRM

València destino idiomático y de aprendizaje

(creación del programa)



- Creación de producto
- 2 reuniones del comité para definir la estrategia a seguir
- 8 presentaciones
- Acciones de colaboración y apoyo: Escape Room-Ginkana FEDELE y otros eventos idiomáticos especializados
- Diseño y producción de la página web

València Naturaleza



- 2 reuniones del grupo de trabajo del programa
- 1 viaje de familiarización (4 operadores)
- 1 viaje de prensa
- Patrocinio V jornadas de la Albufera
- Diseño y producción de la publicación, "Albufera"

RED TOURIST INFO

Indicadores

- 55.641 visitantes atendidos
- Alto grado de satisfacción de los clientes: 4,6 sobre 5

Acciones más destacadas

- Nuevo sistema global de ventas y distribución de productos/servicios turísticos, SISVENTUR.
- Certified en los 6 puntos/oficinas de información turística
- València Tourist Card: 30.327 unidades vendidas
136 puntos de utilización
42 puntos de venta



Sisventur
Powered by Experticket



ESTRATEGIA II - Actualizar la marca Valencia, promoción más segmentada y tecnológica

MARKETING ON LINE

Indicadores

- 2.300.000 usuarios únicos
- 9.634.000 páginas vistas
- 367.500 seguidores en redes sociales
- 34.128.000 impresiones
- 3.500 publicaciones de contenido con 40 millones de alcance

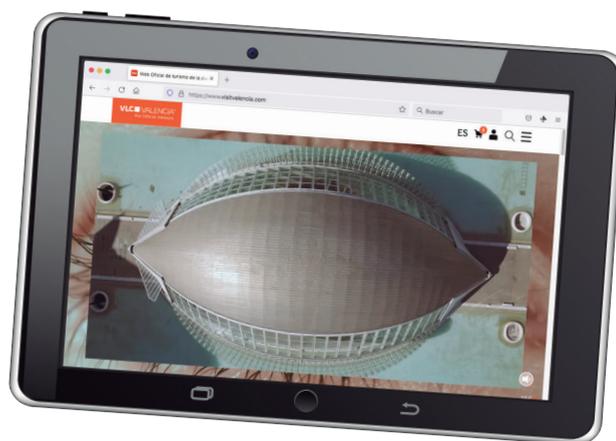
Acciones más destacadas

- Lanzamiento de nuevas páginas web con tecnología superior e imagen más atractiva:
 - **www.visitvalencia.com** Creación de nuevos contenidos sobre: Capitalidad Mundial del Diseño, Turismo Sostenible, Turismo Smart, Listen València, Año Berlanga, Deportes de Aventura y Náuticos, Parque Natural del Turia, Camino del Cid, València en familia y VLC Gastronomía y actualización de la agenda de eventos de la ciudad.
 - **www.valenciaconventionbureau.com**
 - **www.valenciafilmoffice.org**
 - **www.fundacion.visitvalencia.com**



Mejoras de identidad y posicionamiento

- Nueva marca Delicious València.
- Reactivación del València Convention Bureau
- Unique València
- Acciones World Paella Day
- Promoción València, ciudad de la música
- Nuevo podcast "València, una ciudad para pasear".
- Campaña de Navidad
- Nueva campaña creativa 2022: València es ahora, capitalidad mundial del Diseño y destino inteligente, apertura CaixaForum, movilidad y gastronomía sostenibles
- Nuevo vídeo 'Modo València ON' centrado en seguridad y sostenibilidad



APOYO A LA CONECTIVIDAD

- 2.048.306 llegadas al aeropuerto de València (+66%)
- 1.321.829 llegadas internacionales (+67,4%)
- 726.477 llegadas nacionales (+63,5%)
- Colaboración con CEAV y AEVAV en la VI edición del Fly València Meeting (+ de 50 empresas) y un encuentro de profesionales del sector (60 expositores, + 120 agentes de viajes)
- Presencia en World Routes
- Confirmación de la celebración en València del congreso de AviaDev Europe 2022
- 95 escalas de cruceros en el puerto de València
- 130.869 pasajeros de cruceros
- CLIA Port & Destination Virtual Exchange
- Participación en Seatrade Cruise Global 2.0

PROMOCIÓN EN MERCADOS

Indicadores

- 16 Ferias presenciales
- 20 Workshops
- 19 Presentaciones de destino
- 12 Visitas inspección
- 11 Viajes de familiarización
- 35 Viajes de prensa/blogs
- 19 Eventos online
- 6 Campañas de marketing online
- 26 eventos
- 59 acciones adicionales
- 5.269 Profesionales sectores contactados
- 716 periodistas contactados (89 atendidos directamente)

ESTRATEGIA III - Un Destino Inteligente y Sostenible

Destino más Inteligente

MONITORIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- Avances en el Sistema información turística, SIT (2ª fase):
- Nuevos cuadros de indicadores
- Monitorización de la coyuntura turística
- Nuevas fuentes “big data” como Transparent para un seguimiento de los apartamentos turísticos
- Seguimiento novedades rutas aéreas
- Elaboración de fichas de datos de los principales mercados emisores
- Publicación en visitValència.com la Memoria de Actividades y el Balance Turístico 2020
- Auditoría de ciberseguridad y LOPD

AVANCES EN DIGITALIZACIÓN

- Diseño y ejecución de un CRM para mejorar la relación con los agentes profesionales y empresariales turísticos
- Modernización de la infraestructura tecnológica de la Fundación
- Incorporación de nuevas herramientas digitales y formación
- Auditoría de ciberseguridad y LOPD

Sostenibilidad y Calidad de vida

POSICIONAMIENTO COMO DESTINO SOSTENIBLE

- Presentación en Travel Forward Conference en la World Travel Market
- Conferencia City Nations Place Global (Londres) o el Tourism Innovation Summit 2021 (Sevilla).
- Incorporación al “Global Destination Sustainable Movement”
- Participación en el programa “One Planet Sustainable Tourism” de la OMT, incluyendo el caso València en el documento, “Recommendations for the transition to a Green Travel and tourism economy” del grupo de trabajo del G20.
- Incorporación al Global Plastics Tourism Initiative
- Participación en la red internacional de observatorios de sostenibilidad turística INSTO.
- En colaboración con Global Ómnium:
 - València, primera ciudad del mundo en calcular la huella hídrica del turismo.
 - Relaciones con organizaciones internacionales: World Wildlife Foundation WWF, Climate Registry, Turismo Reset, the Travel Foundation o Tourism Declares, posicionando a Valencia como destino líder en sostenibilidad
 - Interreg SUDOE Valsipam, para la valorización de sistemas agrícolas de patrimonio mundial, como la huerta con el Centre d'Educació Ambiental de la CV en el programa CompromesO para calcular, medir y reducir la huella de carbono de la fundación.

DESTINO ACCESIBLE

- Nuevo mapa diseñado para personas con déficit cognitivo con +60 de pictogramas turísticos (validado por ARASAAC Y APNAV)
- Implantación del sistema Visualfy para personas con pérdida auditiva
- Visitas guiadas gratuitas especializadas en colaboración con CERMI y APNAV para el día mundial del turismo, con el lema “Turismo para un crecimiento inclusivo”

Hospitalidad, excelencia y talento

- 165 entidades distinguidas con el “Compromiso de calidad turística” de SICTED



Compromiso
de Calidad Turística

ESTRATEGIA IV Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa

MARCO INSTITUCIONAL

- Diseño de un Plan de Sostenibilidad Turística del Destino 2022-2024 para presentación a la convocatoria “Next Generation”.

GESTIÓN EFICIENTE, TRANSPARENTE Y PARTICIPATIVA

- 398 de socios protectores
- 8 colaboradores

Balance Turístico

2021

WWW.VISITVALENCIA.COM



AJUNTAMENT
DE VALÈNCIA

VLC VISIT
VALENCIA