

PROPUESTA PLAN DE ACTUACIONES 2018

VLC  TURISMO
VALENCIA



LÍNEAS DE ACTUACIÓN

ESTRATEGIA I. Crear valor para el visitante

ESTRATEGIA II. Actualizar la marca Valencia. Promoción más segmentada y tecnológica

ESTRATEGIA III. Un destino inteligente y sostenible

ESTRATEGIA IV. Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa



ESTRATEGIA I.

Crear valor para el visitante

ESTRATEGIA I

Objetivos

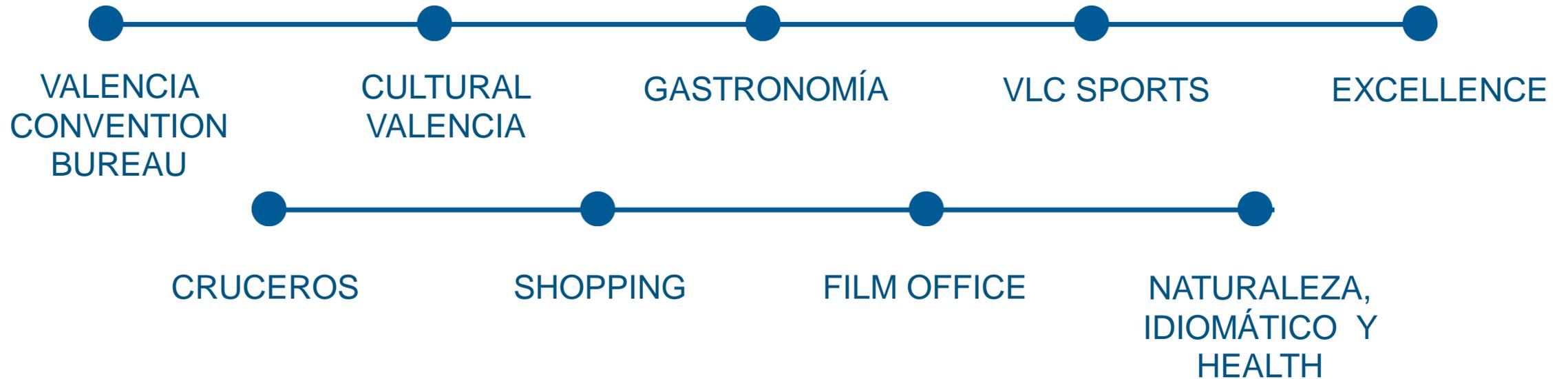
1. Incrementar el atractivo de la ciudad
2. Estructurar oferta y servicios turísticos en torno a programas de producto
3. Intensificar y optimizar el uso de las TIC's en la interacción con el turista
4. Mejora de la atención en Tourist Info

Planes

- **Plan 1. Desarrollo de programas de producto**
- **Plan 2. Innovación y mejora de la atención al turista**

ESTRATEGIA I

PLAN 1. DESARROLLO DE PROGRAMAS DE PRODUCTO



ESTRATEGIA I

PLAN 1. DESARROLLO DE PROGRAMAS DE PRODUCTO

En todos los productos continuaremos vertebrando estas líneas de acción:

- Liderazgo en la oferta local. Nuestros Programas de Producto engloban y estructuran la oferta de la ciudad.
- Bechmarking y alianzas con otras ciudades similares.
- Difusión del programa entre participantes potenciales.
- Promoción y comercialización segmentada en mercados.
- Elaboración de soportes específicos para la promoción.
- Promoción de la innovación y creatividad en el desarrollo de productos y propuestas experienciales.

VALENCIA CONVENTION BUREAU

Acciones dirigidas a profesionales

- Ferias: IMEX, IBTM, Associations World Congress, IMEX Las Vegas
- Workshops: ICCA, M&I, Pure Meetings, MIS Eventoplus, Jornadas Directas SCB Francia y Alemania, Jornadas inversas SCB (UK y EE.UU.).
- Fam trips: SAMs KENES, OET París, etc.

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Participación en congresos y asambleas de organismos internacionales
- Apoyo candidaturas.
- Lanzamiento del Club de Embajadores: *VLC Recognition Night*.

Acciones en mercados

- Presentación de destino en España (Madrid-Barcelona) y Países Nórdicos.

Soportes y herramientas

- Reedición digital guía *Lugares Singulares*.
- Mantenimiento Newsletter.





TURISMO CULTURAL

Acciones dirigidas a profesionales

- Ferias: FITUR

Acciones en mercados

- Presentaciones en colaboración con Les Arts en Berklee Boston y otras.
- Co-marketing con la National Gallery Londres durante exposición Sorolla.

Foros de Turismo Cultural

- Pública (Madrid) y Cumbre CGLU 2018.

Soportes y herramientas

- Producción audiovisual Cultura y Ocio.
- Nueva guía de la Música, Artes Escénicas y Festivales Urbanos.
- Guía Turismo Religioso y Santo Grial y Agenda 2018.
- Programa Fallas 2018, Plano Fallero y APP *Fallas & go*.
- Reedición de las guías *Museos, Monumentos y Escenarios Culturales, Ruta de la Seda y Siente las Fallas*.
- Nuevo espacio en visitvalencia.com
- **Difusión del Programa y captación de socios y constitución de la Asamblea de Producto y elección Comité Ejecutivo**

GASTRONOMÍA

Agenda anual de eventos gastronómicos

- Segunda edición de Valencia Culinary Meeting
- Dos nuevas ediciones de Valencia Cuina Oberta
- Día Mundial de la Tapa
- Apoyo eventos externos: Gastrónoma, Jornada Arroces Marineros Las Arenas, Mostra de Vins y Semana de la Paella.

Acciones en mercados

- Presentaciones en Madrid y Frankfurt.

Acciones a profesionales

- Press trips especializados durante Cuina Oberta y Gastrónoma.
- Acciones con Saborea España.

Soportes y herramientas

- Folleto *VLC Gastronomía*.
- Rediseño del blog *Valencia Cuina Oberta*.

Creación y comercialización productos enogastronómicos

Constitución Asamblea de Producto y elección Comité Ejecutivo





Acciones dirigidas a profesionales

- Ferias: SportAccord y Leaders
- Jornadas y presentaciones en federaciones y clubs
- Fam trips y visitas de inspección con turoperadores deportivos
- Press trips multimercado durante: Mundial Media Maratón, Maratón, VLC Boat Show, Sport IP Forum y Campeonato Europeo de Triatlón

Apoyo a eventos deportivos

- Colaboración con Campeonato España Triatlón, VLC Boat Show, Mundial de Media Maratón, Maratón, Mundial Motociclismo y clubes deportivos (valencia CF, Levante UD y Valencia Basket).

Soportes y herramientas

- Nuevo folleto genérico VLC Sports y folletos digitales específicos de Golf y Productos Náuticos
- Nuevo espacio específico en *visitvalencia.com*
- Lanzamiento vídeos de las principales disciplinas
- **Constitución Asamblea de Producto y elección Comité Ejecutivo**



Acciones dirigidas a profesionales

- Ferias: European Film Market (Berlín), Cannes Marché du Film, Festival de San Sebastián, AFCI Locations y Focus (Londres)
- Scoutings con localizadores de LMGI y productoras nacionales e internacionales.

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Participación en congresos y asambleas de organismos internacionales.
- Pertenencia a las principales asociaciones del sector: SFC, EUFCN, AFCI y LMGI

Organización Jornadas del Audiovisual

Apoyo a festivales de cine locales: *La Cabina, Docs València, Cinema Jove*

Soportes y herramientas

- Reedición audiovisual
- Campaña publicitaria para medios especializados

CRUCEROS



Participación en ferias y eventos profesionales del sector

- Seatrade Cruise Global, CLIA Executive Partner Summit, CLIA Port and Destination Forum, Seatrade Med Lisboa, CLIA Port and Destination Summit, International Cruise Summit, Cruise World

Visitas y presentaciones comerciales conjuntas con la Autoridad Portuaria de Valencia

- Principalmente a navieras con sede europea

Acciones inversas con navieras

- Fam trips con navieras europeas (APV)
- Fam trip con navieras norteamericanas (Turespaña)
- Press trips con medios especializados

Soportes y herramientas

- Reedición guía profesional de cruceros.

Acciones de bienvenida a pie de barco



SHOPPING

Acciones de comunicación y apoyo a la comercialización

- Asistencia a FITUR Shopping y Summit Shopping and Economy
- Press trip medios shopping en colaboración con la OET de México
- Press trip con revistas femeninas francesas y belgas
- Blog trip con influencers nacionales
- Participación en workshops especializados

Apoyo a eventos locales

Soportes y herramientas

- Nuevo folleto de shopping en València
- Producción nuevo audiovisual específico
- Creación de un apartado específico en visitvalencia.com

Nuevas acciones que puedan acordarse en el Programa de Producto

Constitución Asamblea de Producto y elección Comité Ejecutivo

EXCELLENCE

A photograph of a poolside setting. In the foreground, a glass of blue drink with ice and a lime slice sits on a wooden deck. Behind it are two rolled-up white towels. In the background, a green lounge chair is visible near a swimming pool, with a small table holding drinks nearby.

Articulación del Programa de Producto. Definir la composición y elaboración del Programa de Producto Valencia Excellence, su diagnóstico inicial, normas de funcionamiento y su plan operativo

Acciones de comunicación y apoyo a la comercialización

- Asistencia ILTM Cannes
- Visitas comerciales
- Participación en workshops especializados: Private Luxury Forum
- Organización de press trips y fam trips con Valencia Premium en Francia y Benelux

Creación de soportes de comunicación específicos

Otras acciones que puedan acordarse en el Programa de Producto

A vertical image on the left side of the slide showing a waterfall with water cascading over a dark ledge into a pool below. The background is a wall of small, multi-colored mosaic tiles in shades of blue, green, and white. The word "HEALTH" is written in white, bold, uppercase letters in the top left corner of the image.

HEALTH

Articulación del Programa de Producto. Definir la composición y elaboración del Programa Health, su diagnóstico inicial, normas de funcionamiento y su plan operativo

Asistencia a IMTJ Medical Travel Summit 2018

Soportes y herramientas

- Nuevo folleto de salud en València
- Lanzamiento del nuevo audiovisual específico
- Creación de un apartado específico en visitvalencia.com

Constitución de la Asamblea de Producto y elección Comité Ejecutivo

NATURALEZA



Articulación del Programa de Producto. Definir la composición y elaboración del Programa Naturaleza, su diagnóstico inicial, normas de funcionamiento y su plan operativo

Acciones de comunicación

- Press trips y fam trips

Creación de soportes de comunicación específicos

Otras acciones que puedan acordarse en el Programa de Producto

IDIOMÁTICO

A photograph showing a group of people, likely students or travelers, walking on a staircase. In the foreground, a woman with a blue backpack is walking down the stairs. Other people are visible in the background, some looking at their phones. The scene is brightly lit, suggesting an outdoor or well-lit indoor environment.

Articulación del Programa de Producto. Definir la composición y elaboración del Programa Idiomático, su diagnóstico inicial, normas de funcionamiento y su plan operativo

Acciones de comunicación

- Press trips y fam trips

Creación de soportes de comunicación específicos

Otras acciones que puedan acordarse en el Programa de Producto

ESTRATEGIA I

PLAN 2. INNOVACIÓN Y MEJORA EN LA ATENCIÓN AL TURISTA



Visitor Experience Valencia: transformación de la oficina del Ayuntamiento en un **Traveler Service Centre (TSC)**

El **punto móvil** de información turística volverá de julio a octubre

Modernización del **Sistema de Información Turística**

Participación en las Jornadas **ECM TIC 2018**

Acciones promocionales para **residentes**, **campañas escaparatismo** por temporadas, Día Mundial del Turismo y nuevo **folleto Bienvenido a València**



ESTRATEGIA II.

Actualizar la marca Valencia,
promoción más segmentada
y tecnológica

ESTRATEGIA II

Objetivos

1. Aumentar demanda todo el año, desestacionalizar
2. Captar nuevos segmentos con mayor capacidad gasto
3. Lanzar una comunicación más segmentada
4. Ampliar cuota turismo internacional
5. Mantener conectividad y mejorarla en mercados determinados
6. Optimizar TIC's e innovar en marketing del destino

Planes

- **Plan 3. Actualización marca, modernización soportes y herramientas**
- **Plan 4. Refuerzo promoción y comercialización**
- **Plan 5. Mejora conectividad**

ESTRATEGIA II

PLAN 3. ACTUALIZACIÓN MARCA, MODERNIZACIÓN SOPORTES Y HERRAMIENTAS



Lanzamiento nuevo portal Web **visitvalencia.com**, **CRM**, **APPS** avanzadas con geolocalización y personalización de la información, etc...

Desarrollo nueva **estrategia y plan de marketing digital**

Nueva **campana y posicionamiento** con eje creativo, arquitectura de marca y relato de destino

Plan de medios global en mercados por productos

ESTRATEGIA II

PLAN 4. REFUERZO PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN



ESPAÑA

- FITUR y workshops con agencias de viajes (CEAV)
- Campañas con RENFE
- Presentación gastronómica en Madrid
- Acciones de co-marketing con turoperadores
- Campañas en portales, autobuses y taxis de Madrid, Barcelona, Sevilla y Bilbao

ITALIA

- BMT Napoli, Roadshow Roma, Florencia, Verona y Turín, TTG Incontri
- Workshops aeropuerto de Bari y Trieste
- Día Mundial de la Tapa en Milán
- Tematización autobuses de Bolonia
- Campañas de co-marketing con portales como Bikeitalia.it
- Press trip del vuelo inaugural Alitalia Roma-València
- Posicionamiento en buscadores

ESTRATEGIA II

PLAN 4. REFUERZO PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

HOLANDA Y BÉLGICA

- Vakantiebeurs y Salon des Vacances
- Acciones de co-marketing con TUI Holanda, Time to Momo y agentes de ZRA
- Campaña con Travelmedia
- Jornadas con agencias incentivos ANVR
- Press trips annewies.nl, stylemyday.nl, tastnbelgium.com y Sanoma (Libelle)

REINO UNIDO

- World Travel Market
- Workshops y visitas comerciales en Luton, Belfast, Bristol, East Midlands y Glasgow
- Presentación con Kirker Holidays-exposición Sorolla
- Campañas con Ryanair y aeropuertos de Escocia, British Airways, Easy Jet

FRANCIA

- SIT Nantes, Mondial du Tourisme, Hola España e IFTM-Top RESA
- Visita de inspección de Syltours y fam trip incentivos con OET Paris
- Salon des blogueurs de voyage (We are Travel)
- Viajes de prensa de publicaciones de estilo de vida y target cosmopolita (Prima, Version Femina, Class Tourisme, Travel Style, Horizons Mag...).
- Campaña de otoño en RRSS de Air Europa France, y otras de marketing on line

ESTRATEGIA II

PLAN 4. REFUERZO PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

ALEMANIA

- ITB Berlín
- Presentación gastronómica en Frankfurt
- Roadshow en zonas de influencia de los Aeropuertos de Colonia, Frankfurt, Múnich y Hamburgo
- Campañas de co-marketing con operadores turísticos
- Fam Trip con la red de agencias RTK

RUSIA / TURQUÍA/ EUROPA DEL ESTE

- Feria MITT Moscú y Utazas Budapest
- Campaña con Aeroflot y Aeropuerto de Moscú
- Acciones promocionales Mundial de Fútbol
- Presentaciones en Polonia, Turquía y Rumanía
- Fam trip turoperadores checos

PAÍSES NÓRDICOS

- Workshop Travelmatch
- Presentación en Copenhague
- Acciones co-marketing, fam trips y press trips durante eventos deportivos

ESTRATEGIA II

PLAN 4. REFUERZO PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

AMÉRICA

- Jornadas Turespaña Spain360 EEUU y Canadá
- Campaña co-marketing con touroperadores especializados
- Jornadas Turespaña América Latina
- Fam trip agencias MICE de Canadá
- Press trip shopping y golf y fam trip Congreso AFEET de México
- Press trip medios cosmopolitas de EE.UU., Colombia y Argentina
- Fam trip de agencias de Latam (Brasil)

ASIA / AUSTRALIA

- Feria ITB Asia
- Fam trips turismo urbano y cultural de touroperadores chinos
- Apoyo rodaje XFUN CLUB (TV China)
- Presentación de destino en Tailandia
- Presentaciones de destino en China (Hong Kong y Cantón)
- Colaboración con el Spain China Project
- Press trips India en Fallas y con la red de ciudades AVE

ESTRATEGIA II

PLAN 5. MEJORA CONECTIVIDAD



Valencia
BUDAPEST EDIMBURGO CRACOVIA MILÁN MUNICH ROTTERDAM

MÁS CONECTADA QUE NUNCA

Vuelos directos a **53 destinos internacionales y 15 en España** este otoño-invierno.

18 NUEVAS CONEXIONES CON RYANAIR (BUDAPEST, CRACOVIA, EDIMBURGO, EINDHOVEN, FRANKFURT, GLASGOW, HAMBURGO, MARRAKECH, MARSELLA, MILÁN, NÁPOLES, PALMA DE MALLORCA, SANTANDER Y SEVILLA), LUFTHANSA (MÚNICH), TRANSAVIA (ROTTERDAM), VOTEA (NANTES) Y VUELING/IBERIA AIR NOSTRUM (BARCELONA)

Consulta en tu agencia de viajes

VLC FLY VALENCIA
WWW.VISITVALENCIA.COM

AJUNTAMENT DE VALÈNCIA
ÀREA DE COORDINACIÓ D'INDUSTRIA, COMERCIAL I TURISME
REGIDORIA DE TURISME

Presencia en los principales foros: **Europe Routes, World Routes y CONNECT**

Colaboración con CEAV en el **III FLY VALENCIA Meeting**

Co-marketing con **aerolíneas** para consolidar las nuevas conexiones

Campañas locales en mobiliario público



ESTRATEGIA III.

Un destino inteligente y sostenible

ESTRATEGIA III

Objetivos

1. Incrementar la información disponible
2. Difundir conocimiento a empresas asociadas
3. Implementar un Sistema de Gestión Integral de Destino Inteligente
4. Monitorizar posibles conflictos ocasionados por el turismo
5. Reducir impacto medioambiental del turismo
6. Mejorar accesibilidad. Turismo para todos
7. Fomentar la calidad de la experiencia de nuestros turistas

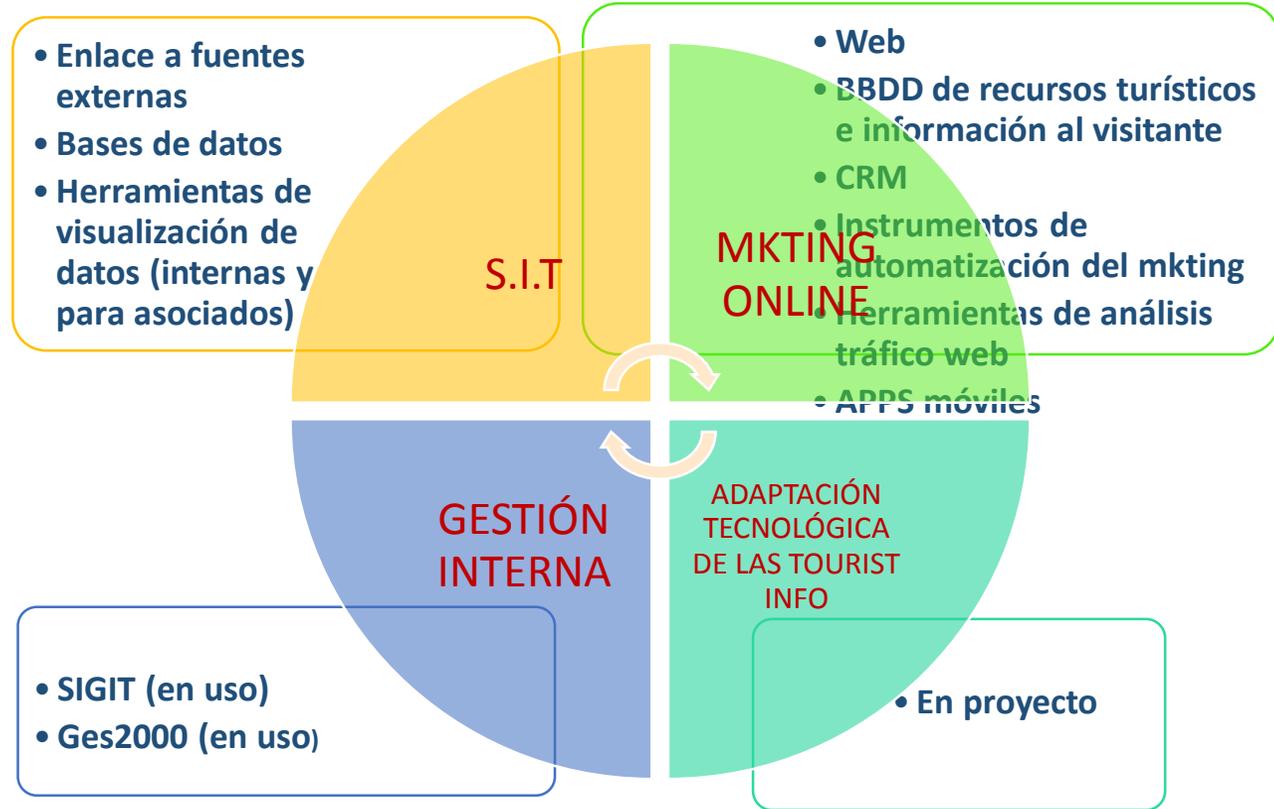
Planes

- **Plan 6. Un destino más inteligente**
- **Plan 7. Sostenibilidad y calidad de vida**
- **Plan 8. Alojamientos legales, calidad y convivencia**
- **Plan 9. Hospitalidad, excelencia y talento**

ESTRATEGIA III

PLAN 6. UN DESTINO MÁS INTELIGENTE

Diseño del Sistema de Gestión de Destino (SGD)



ESTRATEGIA III

PLAN 6. UN DESTINO MÁS INTELIGENTE

Primera fase del **Sistema de Gestión de Destino (SGD)**: Diseño y construcción del **Sistema de Inteligencia Turística (SIT)**



ESTRATEGIA III

PLAN 7. SOSTENIBILIDAD Y CALIDAD DE VIDA

- Implantación del Sistema Europeo de Indicadores de Sostenibilidad y Turismo (ETIS)
- Participación en el proyecto europeo Smart City Tourism Hospitality (SCITHOS): Turismo en Ciudades Inteligentes
- Grupo de trabajo de sostenibilidad turística de València
- Grupo de trabajo para elaborar un diagnóstico integral de accesibilidad
- Crear herramientas de autodiagnóstico de accesibilidad del destino.
- Participación en proyectos locales, nacionales e internacionales dirigidos a desarrollar mejoras en sostenibilidad turística:
 - Red Europea de Turismo Accesible (ENAT)
 - Red Española de Turismo Accesible (Red Estable)
- Desarrollar iniciativas para la implantación de las normas UNE 178501: Sistema de Gestión de los Destinos Inteligentes y UNE 178502: Sistema de Gestión de Destinos: herramientas y soportes.

ESTRATEGIA III

PLAN 8. ALOJAMIENTOS LEGALES, CALIDAD Y CONVIVENCIA

- Participación en la **mesa de coordinación del Ayuntamiento** sobre alojamiento turístico (urbanismo, policía, licencias, abogacía, turismo, AVT, etc.)
- **Apoyar al Ayuntamiento** en la **ejecución de las acciones** que se lleven a cabo en el marco de este programa.

ESTRATEGIA III

PLAN 9. HOSPITALIDAD, EXCELENCIA Y TALENTO



Acciones para la mejora permanente de la calidad en destino en colaboración con la AVT y la Cámara de Comercio

Consolidación de los grupos de mejora **SICTED**

Acciones divulgativas con el sector como **Urban Tourism Trends València**



ESTRATEGIA IV.
Gobernanza transparente, eficiente y
colaborativa

ESTRATEGIA IV

Objetivos

1. Gobernanza turística más integral y colaborativa
2. Estructura de la Fundación más eficiente, transparente y participativa
3. Más participación de los agentes privados
4. Diversificar ingresos Turismo Valencia
5. Mejorar comunicación y sensibilización del ciudadano con el turismo

Planes

- **Plan 10. Nuevo marco institucional. Compromiso y colaboración**
- **Plan 11. Gestión eficiente, transparente y participativa**

ESTRATEGIA IV

PLAN 10. NUEVO MARCO INSTITUCIONAL. COMPROMISO Y COLABORACIÓN

- Dinamización de la **Comisión de Coordinación Turística Municipal**
- Desarrollo y refuerzo del **Servicio Municipal de Turismo**
- Creación del **Consejo Municipal de Turismo**, ya en trámite de aprobación
- **Reforzar los acuerdos estables** de colaboración entre Administraciones

ESTRATEGIA IV

PLAN 11. GESTIÓN EFICIENTE, TRANSPARENTE Y PARTICIPATIVA



Consolidación de los grupos de mejora:
VLC Accesible
VLC Marítimo
VLC Albufera y Huerta
VLC Centro

Grupos de mejora en proyectos concretos (Comercialización, ETIS y presentación a premios)

Acciones para la **captación de asociados**. Mejora información y servicios asociados

Acciones de mejora para la diversificación y crecimiento de **ingresos propios**

Adecuación de la estructura de la **Fundación al Plan Estratégico 2020**

Gracias por vuestra atención

