



## VALÈNCIA SPORTS

El turismo deportivo como apuesta de futuro en el modelo de ciudad



## QUIÉNES SOMOS?

**TRISMO VALÈNCIA** es una **Fundación municipal sin ánimo de lucro**, en la que participan:

**Ayuntamiento de València**

**Cámara de Comercio**

**Feria València**

**Confederación Empresarial Valenciana**

**Más de 350 empresas locales del sector turístico**



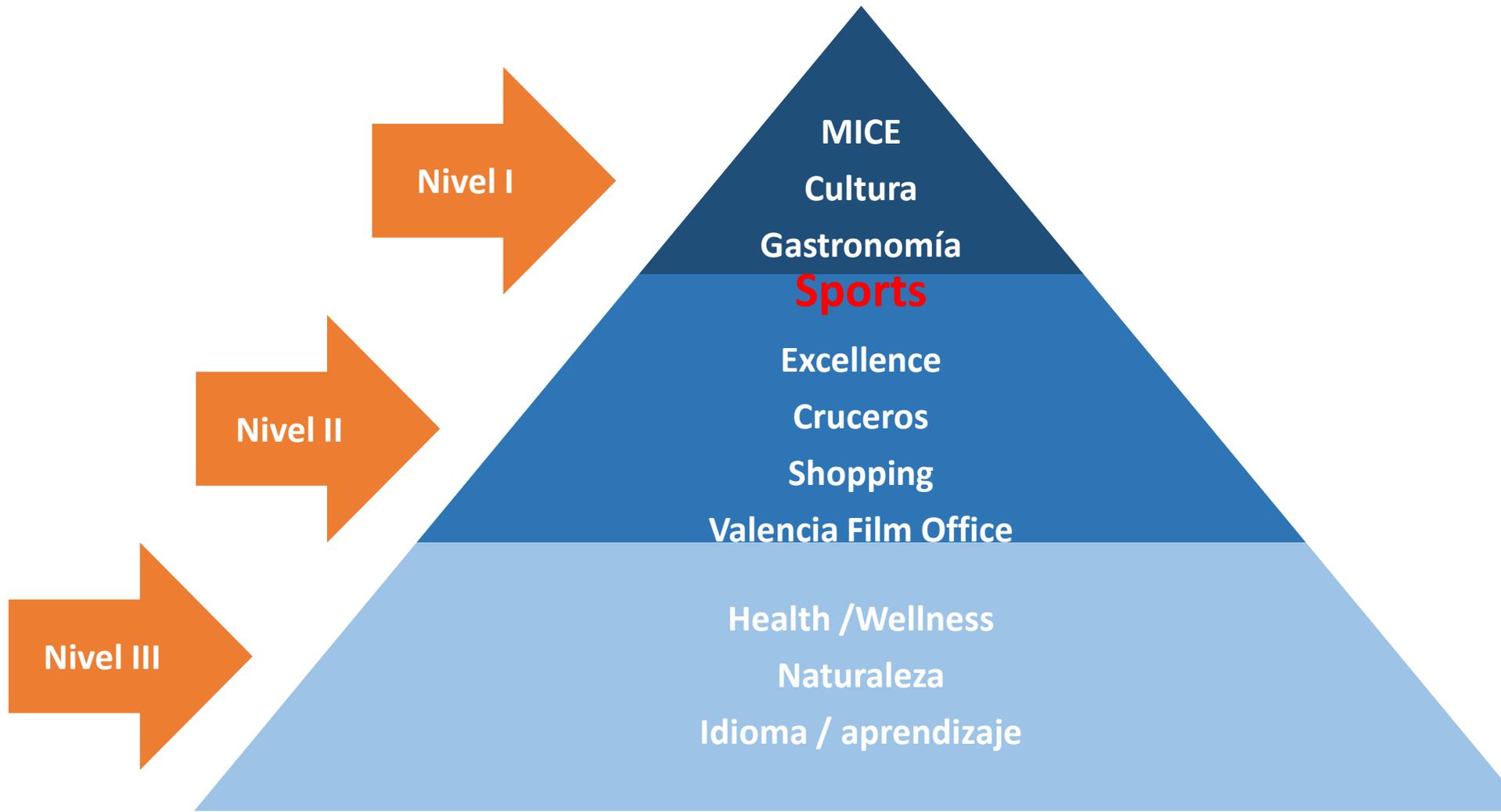
**VLC** VALÈNCIA



## OBJETIVOS

1. Crecer con un **posicionamiento productos/mercados diferenciado**, con más rentabilidad, riqueza y empleo para la ciudad.
2. Maximizar los beneficios del turismo en València, en clave de **sostenibilidad medioambiental y puesta en valor** de su extenso patrimonio, histórico, cultural y natural.
3. Implementar un **modelo de gestión del destino**, desde una visión integral, más colaborativa y con mayor protagonismo empresarial.

# SARROLLO PROGRAMAS DE PRODUCTO



## Por qué el PRODUCTO DEPORTIVO?

- . Adaptación a las **nuevas necesidades del viajero**: valora más la emoción y la experiencia
- . Traer a viajeros de calidad que generen un impacto económico mayor: **Mayor gasto**.
- . **Diversificar y diferenciar** la oferta turística (menos sol y playa)
- . **Desestacionalizar** la oferta y **dinamizar** la industria turística
- . Impacto económico **más sostenible**

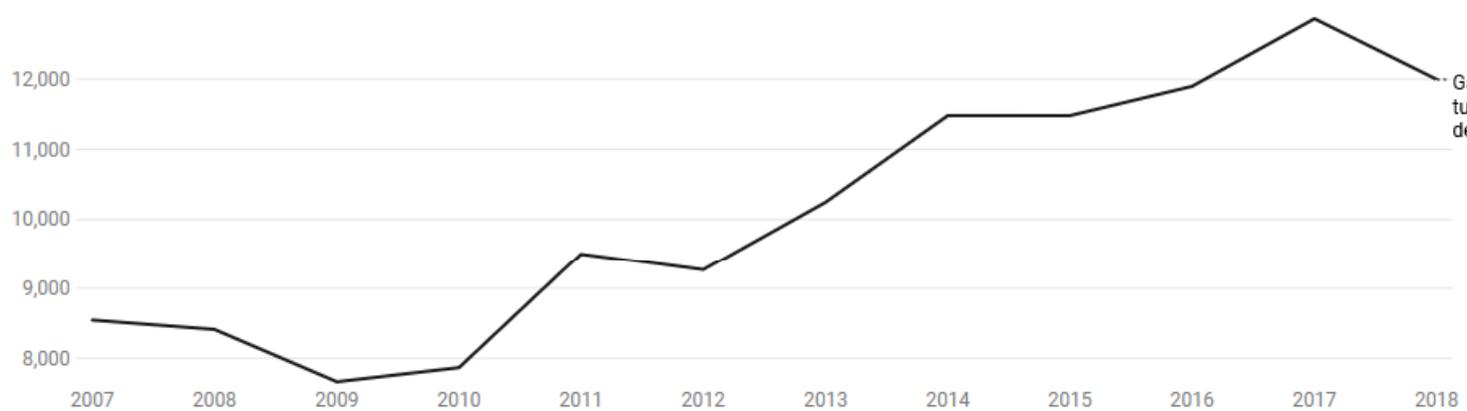


# COYUNTURA: Gasto turístico deportivo 2007-2018



## Evolución del gasto turístico deportivo de los extranjeros en España

En millones de euros.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Source: Palco23. • Created with Datawrapper

## Diapositiva 6

---

**DG3**

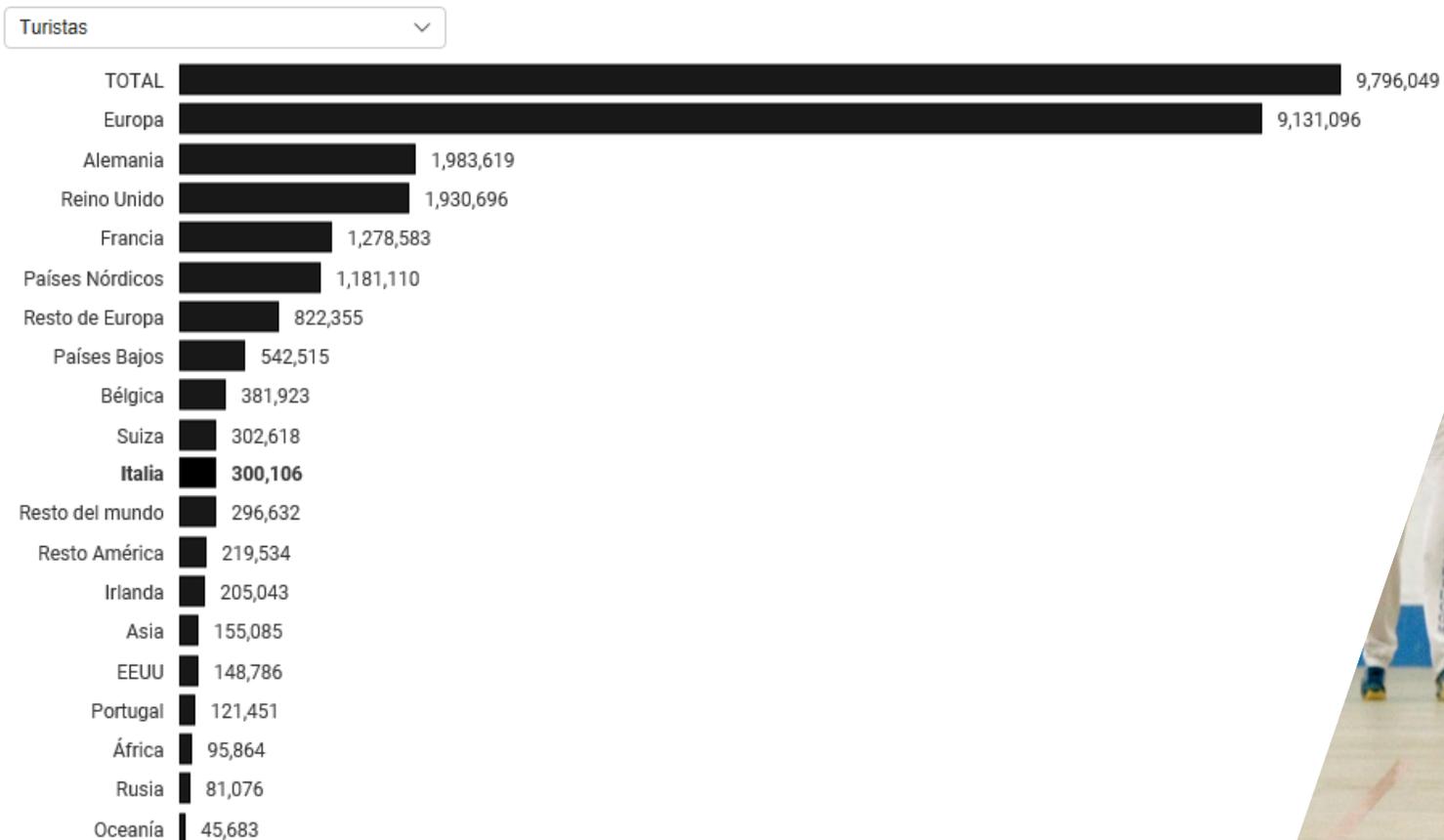
<https://www.palco23.com/entorno/el-turismo-deportivo-frena-en-espana-mueve-a-97-millones-de-extranjeros-con-un-gasto-de-12000-millones.h>

David Gómez; 04/04/2019

# CONJUNTURA: Gasto turístico deportivo 2018

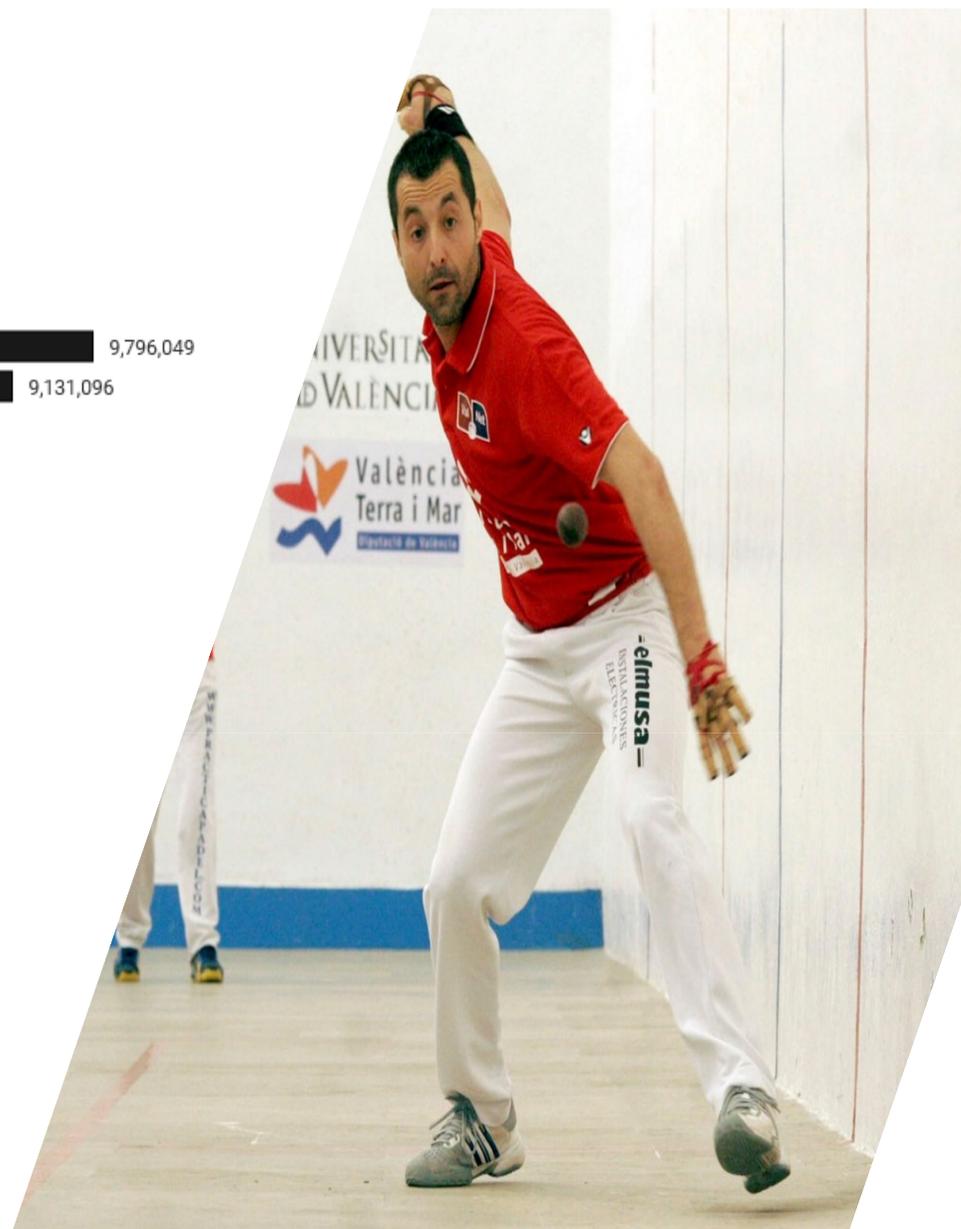
## Gasto turístico y número de viajeros deportivos extranjeros

Datos de 2018.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Source: Palco23. • Created with Datawrapper

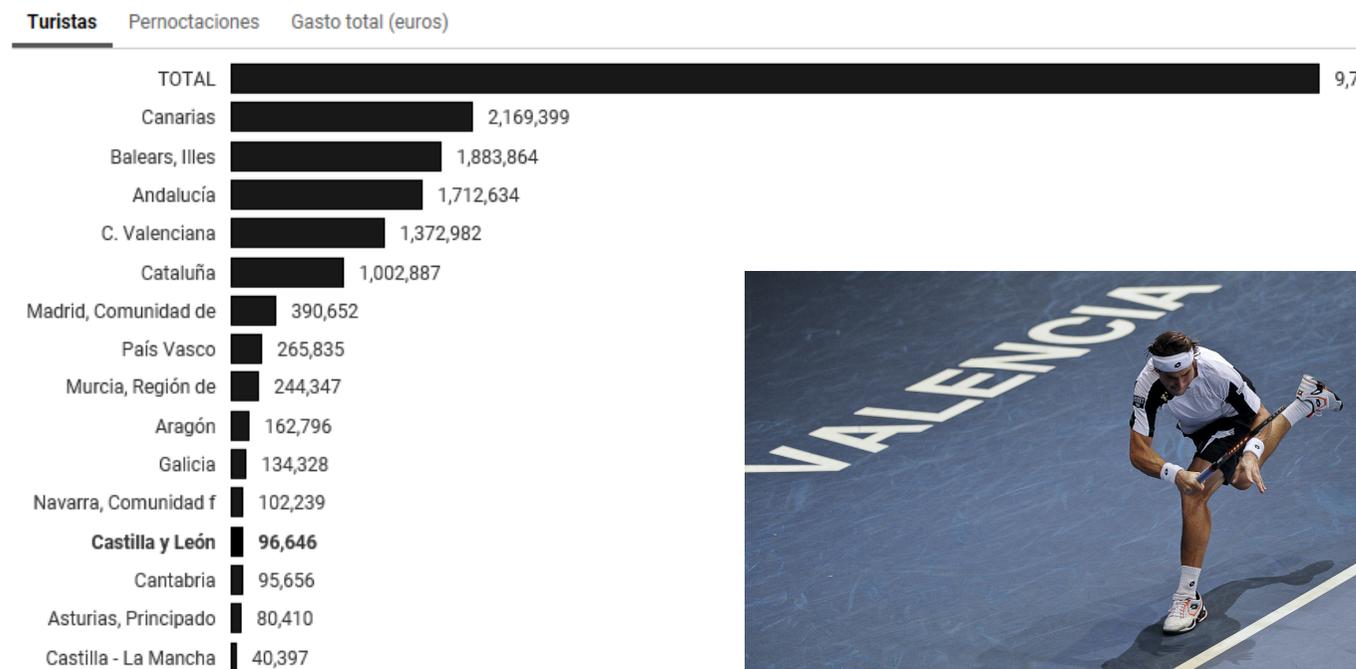


# COYUNTURA: Gasto turístico deportivo 2018



## ¿A dónde viajan más los turistas deportivos extranjeros?

Datos de 2018.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Source: Palco23. - Created with Datawrapper

## ITUACIÓN ACTUAL DE VALÈNCIA

- **GRANDES ACTIVOS** - destino turístico deportivo de primer orden (buen destino para la formación deportiva):
  - Infraestructuras
  - Redes de transporte
  - Geografía y clima
- **IMAGEN DE MARCA: buen posicionamiento** gracias a eventos deportivos anteriores y actuales
- **ESTRATEGIA A LARGO PLAZO:** a definir manera conjunta entre Ayuntamiento, federaciones, clubes y las empresas del sector turístico D1 D2

## Diapositiva 9

---

- D1** las federaciones son las que promueven eventos, y debería ser una suma de fuerzas de la Administración y el sector privado para planificar eventos en el largo plazo”.  
DAVGOG; 24/10/2019
- D2** revisar la viabilidad de los eventos, y pujar por aquellos que pueden organizar en base a su parque de instalaciones, su experiencia y el legado que pretende dejar una competición.  
DAVGOG; 24/10/2019

## PROGRAMA VALÈNCIA SPORTS: OBJETIVOS

- **Posicionar a València como destino** para la celebración de eventos y la práctica **deportiva**
- Atraer a federaciones, equipos, y otros deportistas nacionales e internacionales para la realización de **stages deportivos**
- Ampliar el calendario de **eventos deportivos**, así como consolidar y promocionar los ya existentes (Maratón, Triatlón, Moto GP...)
- **Crear y comercializar experiencias turísticas deportivas** en colaboración con organizadores y sector

# EMPRESAS VALÈNCIA SPORTS: CATEGORÍAS

## HOTELES

Hotel Las Arenas  
NH Ciudad de VLC  
Sercotel Acteón VLC  
Sercotel Sorolla Palace  
Hotel Primus  
Hotel Olympia  
Parador del Saler  
Ilusión Aqua 4  
Ilusión València  
**Ad Hoc Parque**  
SH Valencia Palace  
Barceló Valencia

## DMC DEPORTIVA y AAVV

Valencia Sports Tours  
Global Premier Soccer  
Spanish Pro Football  
Spain Travel Sport  
Discovering VLC  
Nostre Sport Tours  
**Viajes Transvía**  
FHCV

## ESPACIOS DEPORTIVOS

**El Bosque Golf**  
Marina València  
Soccer Inter-Action SL  
Circuito Ricardo Tormo  
Club de Tenis VLC

## SERVICIOS DEPORTIVOS

QuickSail  
Valencia Adventure  
Fun & Quads Adventure  
**Startbike Valencia**  
Ocean Republik  
Autocares Vialco

## EQUIPOS

Valencia Basket Club  
**Levante UD**  
Valencia CF

## ORG. EVENTOS / INSTITUCIONES COL

**Fundación Trinidad Alfonso**  
Real Club Náutico Valencia

## ACTIVIDAD PRODUCTO DEPORTIVO - 2018

11 **Press trips** - 43 medios diferentes

6 **Fam trips** y visitas de inspección: 29 **operadores deportivos**

**Apoyo Promoción Eventos** Deportivos: Apoyo **eventos**:  
Tenis Copa Davis, Copa Rey Rugby, VLC Boat Show, Maratón y Media Maratón, Oceanman, 4 Nations Hockey, Moto  
Basketball VLC Challenge...

8 Campañas en **medios y aerolíneas**

3 Campañas con **operadores**: Dertour, TUI Bélgica...

5 Creación **material** Turismo Deportivo: Folleto específico  
MMM, Video VLC Sports, Video Pilota VLC, Mochilas,  
Viseras

Campañas propias en **redes sociales**: Copa Rey rugby y  
campañas de deportes según artículos publicados



## Diapositiva 12

---

### DG4

- 11 Press trips - 43 medios diferentes de running, BTT, ciclismo, náutica, golf, submarinismo, triatlón, tenis y generalistas
  - 6 Fam trips y visitas de inspección: 29 operadores deportivos de distintas disciplinas: fútbol, basket, hockey, cricket y rugby en su mayoría
  - 15 Apoyo Promoción Eventos Deportivos: Apoyo eventos: Tenis Copa Davis, Copa Rey Rugby, VLC Boat Show, Maratón y Media Maratón, Oceanman, 4 Nations Hockey, Moto GP, Basketball VLC Challenge...
  - 8 Campañas en medios y aerolíneas: ABC, Hosteltur, Skippers, Ryanair, Air Nostrum, Verkeersbureaus.be, Revista Copa Rey Vela.
  - 3 Campañas con operadores: Dertour, TUI Bélgica, The Travel Club/ Your Travel
  - 5 Creación material Turismo Deportivo: Folleto específico MMM, Video VLC Sports, Video Pilota VLC, Mochilas, Viseras
  - 2 Campañas propias en redes sociales: Copa Rey rugby y otras campañas de deportes según artículos publicados
- David Gómez; 04/04/2019

## PUNTOS CLAVE

- Mayor **protagonismo empresarial** en la gestión: trabajar conjuntamente la estrategia turística para el segmento deportivo con el sector público
- **Estrategias de cooperación empresarial e institucional** para atraer y promocionar eventos rentables
- **Especialización del sector** en nuestros puntos fuertes y diferenciales
- **Vertebrar y coordinar la oferta** para adecuarla a las necesidades de turistas y profesionales
- **Creación de sinergias** a nivel empresarial dentro del sector o con otros productos complementarios



VISITVALENCIA.COM



Muchas gracias