

Continua il legame speciale tra gli Italiani e la città spagnola
Turismo Valencia partecipa a TTG Incontri 2013
Dialogo diretto e passaparola: le chiavi del successo di Valencia

Milano, 17 ottobre 2013 – **Turismo Valencia**, l’Ente per la promozione turistica della città spagnola, è presente a **TTG Incontri** per svelare i risultati dei primi 8 mesi dell’anno e rinnovare il prezioso legame con il mercato italiano.

Anche nel 2013 Valencia si conferma una delle **città spagnole più amate dai turisti italiani** e i dati relativi agli arrivi in città nei primi 8 mesi lo confermano: **l’Italia continua ad essere il primo mercato a livello mondiale**, rappresenta il **18,3%** del totale dei turisti stranieri e il **21%** dei pernottamenti (secondo i dati relativi a gennaio-agosto 2013). Anche in termini assoluti, da gennaio ad agosto 2013 gli **arrivi italiani a Valencia (113.914)** sono quasi il doppio rispetto al dato registrato dalla Francia (59.265) e più del doppio degli arrivi dal Regno Unito (48.446), rispettivamente al secondo e terzo posto nella classifica mondiale. Il primato rimane indiscusso anche per quanto riguarda i pernottamenti: dopo l’Italia (315.437), si posiziona la Francia (137.554) e subito dopo il Regno Unito (127.873)”.

“Il legame che unisce Valencia all’Italia è davvero speciale e si basa su **elementi distintivi** che continuano ad esercitare una grande attrazione sul viaggiatore italiano” – afferma **José Salinas**, Managing Director di Turismo Valencia. “Sole, cultura, eventi e ottima cucina sono ancora più seducenti se sommati ai **numerosi collegamenti aerei diretti** dalle principali città italiane e alla possibilità di trascorrere una **vacanza low cost** ma allo stesso tempo **sopra le aspettative**. Sono queste le caratteristiche con cui Valencia gioca e vince sul mercato italiano”.

“In un mondo sempre più digital, Turismo Valencia da anni crede e investe nella promozione online: il dialogo tra Valencia e il pubblico italiano passa attraverso il nostro sito www.visitvalencia.com, ma anche attraverso la nostra **fanpage italiana su Facebook**, che continua ad essere il social media per eccellenza: **sono quasi 15.400 i fan** che ogni giorno seguono “**Visita Valencia**” su Facebook e interagiscono con Turismo Valencia per scoprire gli eventi, le curiosità e le ultime tendenze in città. Valencia conta anche sempre più follower sul profilo Twitter della città. La novità del 2013 è il blog appena inaugurato per raccontare le diverse esperienze che si possono vivere a Valencia, aggiornare i nostri

follower e instaurare un dialogo sempre più diretto con i viaggiatori che desiderano scoprire la nostra incredibile città”.

Unendo dati statalistici e approccio digital, le quote di mercato italiane sono ancora più significative se si considerano le vendite dei **prodotti on e off line** di Turismo Valencia, attraverso il sito www.visitvalencia.com e i *Tourist Info* della città, come la [Valencia Tourist Card](#) e i [Menù VLC](#). Il **mercato italiano** si aggiudica anche in questo caso il primo posto e rappresenta il **43% degli acquisti online** effettuati da gennaio a settembre 2013. Gli italiani si posizionano così davanti agli stessi spagnoli, allargando ancor di più il distacco sugli altri mercati stranieri nell’acquisto di prodotti turistici che rendono la visita della città ancora più completa e vantaggiosa.

Per essere sempre aggiornati su tutto ciò che accade a Valencia, seguitemi su Facebook e Twitter: www.facebook.com/VisitaValencia e twitter.com/VisitaValencia

Per maggiori informazioni: www.visitvalencia.com