Valencia: l'Italia si conferma primo mercato, in continua crescita

I turisti italiani amano Valencia. Un amore confermato dai numeri: a Gennaio a Luglio del 2016 l'Italia si conferma al primo posto in termini di arrivi turistici nella città spagnola, con ben **87.286 di visitatori italiani** nei primi 7 mesi dell'anno, che segnano un **aumento del 3%** rispetto allo stesso periodo del 2015. A fine anno, con questa tendenza positiva, Turismo Valencia si attende il raggiungimento di **oltre 165.000 di presenze** italiane in città.

In netta crescita anche i **pernottamenti degli italiani a Valencia,** che hanno segnato un aumento sostanziale del **12,5%** rispetto ai primi 7 mesi del 2015, con un valore pari a **271.047.** Un trend positivo in base a cui l'ente del turismo locale stima di raggiungere il traguardo dei **540.000** pernottamenti alla fine dell'anno 2016. Le migliori performance sono state registrate a Luglio 2016, con 50.318 pernottamenti di italiani: un **4,3% in più rispetto a Luglio 2015**. Complessivamente in percentuale i pernottamenti degli italiani a Valencia nel 2016 sono stati rispettivamente il **18%** del totale dei pernottamenti degli stranieri nella città valenciana e l'**11%** dei turisti totali (includendo ovviamente anche gli spagnoli).

"Questi risultati di mercato dal segno positivo confermano l'interesse sempre più alto degli italiani verso Valencia e verso la sua poliedrica offerta turistica, ricca di proposte culturali, festive, artistiche e gastronomiche. La città spagnola è oggigiorno un punto di riferimento a livello mondiale per le scienze, l'arte, il buon cibo e lo sport" spiha **Leticia Colomer,** responsabile dei mercati italiano e francese di Turismo Valencia. "La strategia dell'ente punta sempre più su nuovi progetti ed eventi come la recente **campagna pubblicitaria integrata** che abbiamo realizzato a settembre a **Milano**, che ha portato Valencia sui **tram della città**. È inoltre appena nata la **nuova campagna "Infinitamente mediterranea"**: il messaggio della nostra strategia di comunicazione per i prossimi mesi punterà senza dubbio sui tanti plus di Valencia e quindi sul divertimento, il buon cibo, la bellezza delle sue spiagge, e la presenza di luoghi ed attrazioni artistiche e culturali uniche e imperdibili, arricchiti dal calore e l'accoglienza che da sempre contraddistingue la comunità locale valenciana" ?conclude.