



Informe sobre las apariciones en medios de comunicación del Fly Valencia Meeting

RESUMEN DEL INFORME

- Total de apariciones: 13
- Audiencia total: 27.2178 personas
- Valoración publicitaria: 9.911 euros
- Valor editorial (X2,5): 24.777,5 euros

SUMARIO

1. NOTAS DE PRENSA
2. RESUMEN DE IMPACTOS
3. APARICIONES

1. NOTAS DE PRENSA



Nota de prensa CEAV

CEAV y Turismo Valencia organizan la segunda edición del Fly Valencia Meeting

- 43 empresas turísticas de primer nivel participan en la segunda edición de este workshop que persigue potenciar la ciudad de Valencia como foco emisor de turismo
- La colaboración entre instituciones y empresas del sector turístico resulta fundamental para el incremento y consolidación de los buenos resultados en cuanto a número de plazas ofertadas, rutas y frecuencias en el Aeropuerto de Valencia

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) y la Fundación Turismo Valencia organizan la segunda edición del Fly Valencia Meeting, evento anual que reúne al entorno turístico, compañías aéreas y agencias de viajes. La jornada pretende ser un espacio de encuentro para las empresas del sector con el objetivo de consolidar la conectividad aérea y atraer nuevas rutas, fomentando la generación de más tráfico de pasajeros en el Aeropuerto de Valencia.

El presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, Rafael Gallego, ha asegurado que “tras el éxito de la anterior edición, a la que acudieron más de cien empresas turísticas, hemos querido repetir este evento por el claro potencial de la

ciudad de Valencia como foco emisor del turismo. Valencia es un destino con una gran oferta turística, también complementaria, así como para viajes y reuniones profesionales. Y, aunque goza de una gran conectividad aérea, con este evento buscamos impulsarla más si cabe, tanto entre los destinos como entre las compañías aéreas participantes”.

Por su parte, Sandra Gómez, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo Valencia, ha declarado que “ha sido un buen año para Valencia en lo que respecta a turismo y conectividad aérea. Cerramos 2016 siendo el destino europeo con mayor crecimiento en tráfico intercontinental, se han establecido 23 nuevas conexiones para primavera/verano y contamos ya con un total de 83 rutas para esta temporada”. Asimismo, ha añadido que “el trabajo de las instituciones en materia de conectividad resulta clave porque impacta directamente en el turismo. Así, nuestros esfuerzos se orientan a incrementar y consolidar las conexiones aéreas como base para la sostenibilidad del turismo en Valencia. Por ello impulsamos Fly Valencia Meeting, porque consideramos fundamental reunir a compañías aéreas y proveedores turísticos, para escucharles, trabajar conjuntamente y generar sinergias que nos permitan seguir registrando datos positivos”.

En el encuentro, que tiene lugar esta tarde a las 18.30 horas en el Palacio de Congresos de Valencia, participan más de 100 agencias de viajes y 43 proveedores turísticos.

Foro de expertos

El II Fly Valencia Meeting arranca con un foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia, en el que intervendrán:

- Sandra Gómez, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo Valencia.
- Rafael Gallego, presidente de CEAV.
- Mariano Menor, director del Aeropuerto de Valencia.
- Carsten Hoffmann, director general para España y Portugal de Lufthansa Group.

- Verónica Catany-Rezk, directora comercial de Air France-KLM.
- Santiago Escuder, delegado comercial zona este para Iberia - British Airways.
- Laura Rodríguez, analista de la consultora turística Forwardkeys.

Workshop

En esta segunda edición de Fly Valencia Meeting, junto a las agencias de viajes, participan empresas tecnológicas vinculadas al turismo, hoteles y destinos turísticos europeos. Durante el encuentro de trabajo se dará a conocer la oferta turística a los distintos intermediarios y el potencial de emisor de Valencia, a la vez que se genera un espacio de diálogo, intercambio de información y desarrollo de relaciones para la comercialización, que permita estimular el trabajo de las agencias de viajes como promotores de destino y favorezca la llegada de turistas a Valencia.

Las empresas turísticas que participarán en la segunda edición del Fly Valencia Meeting son: Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, American Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Summerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling. También estarán presentes los siguientes destinos: Albacete, Sevilla, Murcia, Valencia, Austria, Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia.

Cumbre Mundial de Agencias de Viajes

Por otro lado, la ciudad de Valencia acogerá el próximo mes de noviembre la cuarta Cumbre Mundial de Agencias de Viajes, un encuentro internacional que permitirá a los principales proveedores turísticos conocer la ciudad de Valencia como destino de reuniones y negocios, así como toda la oferta complementaria.

Para Rafael Gallego “se trata de un evento al que acudirán representantes de agencias de viajes de más de 100 países y es por ello que ayudará a potenciar la oferta turística de la Comunidad Valenciana en todos los mercados mundiales y en los principales países emisores de turismo como Japón, China o la India”.

Así, en palabras de Sandra Gómez “este encuentro nos va a permitir acoger en Valencia a las principales agencias de viajes a nivel mundial, dando a conocer el potencial de los recursos turísticos con los que cuenta nuestra ciudad. Asimismo, nuestra ciudad se convertirá en sede del debate mundial sobre turismo, donde se analizarán las tendencias de los diferentes mercados, las oportunidades que ofrecen los nuevos canales de distribución, los nuevos perfiles de turistas y sus inquietudes, entre otros.”

La colaboración de Turismo Valencia con la Confederación Española de Agencias de Viajes contribuye a intensificar la promoción de Valencia como destino turístico, favorece la mejora y consolidación de la conectividad de la ciudad y permite trabajar por un turismo competitivo.

CEAV

CEAV es la Confederación Española de Agencias de Viajes. Como aglutinadora de las asociaciones de agencias de viajes es la interlocutora válida ante administración y otras entidades. Entre sus funciones principales se encuentran las de defender los intereses de los propios asociados, promover y conseguir el desarrollo del sector y favorecer las relaciones entre los diferentes actores del sector turístico.

Fue constituida en 2005 y tras un proceso integrador en 2011, consiguió reunir a la práctica totalidad de las asociaciones españolas de agencias de viajes. En 5 años CEAV ha conseguido aglutinar a 19 Asociaciones Empresariales de distinto ámbito territorial o sectorial, en las que están integradas más de 3.000 Agencias de Viajes de toda

España, tanto mayoristas como minoristas, que cuentan a su vez con cerca de 40.000 profesionales distribuidos en más de 5.000 puntos de venta.

La Confederación desarrolla una intensa actividad y está presente en organismos vinculados con el sector, tanto nacionales, autonómicos como internacionales; Así es miembro de pleno derecho de WTAAA, en cuyo Board están integrados Rafael Gallego y Eva Blasco (Vicepresidenta de Relaciones Internacionales de CEAV), y participa activamente en las actividades de ECTAA, a través de su Asociación ACAVE. Entre sus actividades principales, se encuentra la celebración de su Congreso que consta de unas jornadas técnicas y un viaje profesional además de otras jornadas,

conferencias, workshops y encuentros profesionales. Con su actividad, CEAV consigue el desarrollo y optimización de un sector que tiene en las agencias de Viajes un motor para su transformación.

En la actualidad preside la asociación Rafael Gallego.

CONTACTO PARA PRENSA

BEMYPARTNER

Montserrat Arias. T. 93 250 48 24 / 687 74 78 46 / Natalia Floría. T. 636 68 21 28



Asociación de Agencias de Viajes de Melilla



Nota de prensa CEAV

El canal de las agencias de viajes supone más del 80% de las ventas de las aerolíneas

- ***Así lo anunciaron ayer los representantes de Lufthansa, Air France-KLM e Iberia - British Airways que participaron en el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia celebrado en el marco del Fly Valencia Meeting.***
- ***43 proveedores turísticos acudieron a la segunda edición de este workshop, que fue un éxito de asistencia con la participación de cerca de 100 agentes de viajes.***

Madrid, 10 de marzo de 2017. ***“Todas las compañías aéreas que participaron ayer en el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia reconocieron que el canal de ventas de las agencias de viajes supone más del 80% de sus ventas. Este porcentaje es el mayor de toda Europa, por lo que debemos seguir trabajando para mantener esta posición que nos indica que las agencias de viajes vamos en la buena dirección”.*** Así lo ha asegurado hoy el **Presidente de CEAV, Rafael Gallego**, quien ha valorado los resultados del **segundo Fly Valencia Meeting**. Un evento organizado por la Confederación Española de Agencias de Viaje (CEAV), en colaboración con Turismo Valencia, que se celebró ayer en el Palacio de Congresos de Valencia. En total, 43 proveedores turísticos de primer nivel como Lufthansa o Iberia - British Airways acudieron a la segunda edición de este workshop, que fue un éxito de asistencia con la participación de cerca de 100 agentes de viajes de toda la Comunidad Valenciana

Según el **Presidente de CEAV, Rafael Gallego**, ***“hemos conseguido el objetivo que perseguíamos con el Fly Valencia Meeting: dinamizar el valor emisor de la ciudad de Valencia. Se consolida así una marca diferencial de jornada, el Fly Meeting, que en 2018 lo vamos a exportar a otras ciudades. Esto va en línea con una de las***

prioridades CEAV, que consiste en reforzar y consolidar la actividad de la Confederación en todo el territorio español”.

Uno de los puntos fuertes del evento fue el **foro de expertos** sobre el **potencial emisor del Aeropuerto de Valencia**. En él intervinieron **Sandra Gómez**, primera teniente de alcalde del **Ayuntamiento de Valencia** y presidenta de la **Fundación Turismo Valencia**; **Carsten Hoffmann**, director general para España y Portugal de **Lufthansa Group**; **Verónica Catany-Rezk**, directora comercial de **Air France-KLM**, y **Santiago Escuder**, delegado comercial zona este para **Iberia - British Airways**, entre otros ponentes.

Posteriormente, tuvo lugar el **workshop** en el que estuvieron presentes las siguientes empresas turísticas: Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, American Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Surmmerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling. Asimismo, han estado presentes los siguientes destinos: Albacete, Sevilla, Murcia, Valencia, Austria, Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia.

Como colofón, se celebró una **cena-coctel** en el Palacio de Congresos.

CEAV

CEAV es la Confederación Española de Agencias de Viajes. Como aglutinadora de las asociaciones de agencias de viajes es la interlocutora válida ante administración y otras entidades. Entre sus funciones principales se encuentran las de defender los intereses de los propios asociados, promover y conseguir el desarrollo del sector y favorecer las relaciones entre los diferentes actores del sector turístico.

Fue constituida en 2005 y tras un proceso integrador en 2011, consiguió reunir a la práctica totalidad de las asociaciones españolas de agencias de viajes. En 5 años CEAV ha conseguido aglutinar **a 19 Asociaciones Empresariales** de distinto ámbito territorial o sectorial, en las que están integradas más de **3.000 Agencias de Viajes** de toda España, tanto mayoristas como minoristas, que cuentan a su vez con cerca de **40.000 profesionales** distribuidos en más de **5.000 puntos de venta**.

La Confederación desarrolla una intensa actividad y está presente en organismos vinculados con el sector, tanto nacionales, autonómicos como internacionales; Así es

miembro de pleno derecho de WTAAA, en cuyo Board están integrados Rafael Gallego y Eva Blasco (Vicepresidenta de Relaciones Internacionales de CEAV), y participa activamente en las actividades de ECTAA, a través de su Asociación ACAVE.

Entre sus actividades principales, se encuentra la celebración de su Congreso que consta de unas jornadas técnicas y un viaje profesional además de otras jornadas, conferencias, workshops y encuentros profesionales. Con su actividad, CEAV consigue el desarrollo y optimización de un sector que tiene en las agencias de Viajes un motor para su transformación.

En la actualidad preside la asociación Rafael Gallego.

CONTACTO PARA PRENSA

BEMYPARTNER

Montserrat Arias. T. 93 250 48 24 / 687 74 78 46 / Natalia Floría. T. 636 68 21 28



Asociación de Agencias de Viajes de Melilla



2. RESUMEN DE IMPACTOS

MEDIOS DIGITALES

MEDIO	TITULAR	FECHA EMISIÓN	ORIGEN	AUDIENCIA	TONO	VPE (€)
levante.com	Un centenar de agencias de viajes y empresas se reúnen para potenciar la imagen turística de la ciudad	09/03/2017	Ndp	93673	Positivo	1591
elperiodicodeaqui.com	CEAV y Turismo Valencia organizan la segunda edición del FLY Valencia Meeting	09/03/2017	Ndp	2032	Positivo	217
viuvalencia.com	CEAV y Turismo Valencia organizan la segunda edición del FLY Valencia Meeting	09/03/2017	Ndp	2603	Positivo	150
valenciaplaza.com	Lufthansa, Iberia y Air France-KLM incrementarán capacidad desde València este verano	10/03/2017	Ndp	12854	Positivo	375
efetur.com	Más del 80% de las ventas se hacen en las agencias de viajes	10/03/2017	Ndp	1700	Positivo	207
preferente.com	Lufthansa, Iberia y Air France-KLM aumentan capacidad desde Valencia	10/03/2017	Ndp	8999	Positivo	419

hoseltur.com	El canal de agencias representa el 80% de las ventas de las aerolíneas	11/03/2017	Ndp	10583	Positivo	309
elclubdelbuen turismo.es	El canal de agencias representa el 80% de las ventas de las aerolíneas	11/03/2017	Ndp	1730	Positivo	161
nexotur.com	Las agencias venden el 80% de los billetes aéreos	13/03/2017	Ndp	2824	Positivo	82
lasprovincias.com	"La Comunitat Valenciana no es sólo atractiva para el turismo, es fructífera para los negocios"	13/03/2017	Ndp	65855	Positivo	1334
hostelturUruguay.lat	En España las agencias representan el 80% de las ventas de las aerolíneas	13/03/2017	Ndp		Positivo	1365
valenciaplaza.com	Las reservas de turistas estadounidenses a València se disparan un 51% pese a no tener vuelos directos	13/03/2017	Ndp	10147	Positivo	449
TOTAL				213000		6659

PRENSA ESCRITA

MEDIO	TITULAR	FECHA EMISIÓN	ORIGEN	AUDIENCIA	TONO	VPE (€)
Valencia Plaza	La Comunitat Valenciana no es sólo atractiva para el turismo, es fructífera para los negocios	03/05/2016	Ndp	59178	Positivo	3252
TOTAL				59178		3252

3. APARICIONES

CEAV y Turismo Valencia organizan la segunda edición del FLY Valencia Meeting

REDACCIÓN • [original](#)

TURISMO

Empresas turísticas de primer nivel participan en la segunda edición de este workshop que persigue potenciar la ciudad de Valencia como foco emisor de turismo

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) y la Fundación Turismo Valencia organizan la segunda edición del FLY Valencia Meeting, evento anual que reúne al entorno turístico, compañías aéreas y agencias de viajes. La jornada pretende ser un espacio de encuentro para las empresas del sector con el objetivo de consolidar la conectividad aérea y atraer nuevas rutas, fomentando la generación de más tráfico de pasajeros en el Aeropuerto de Valencia.

Sandra Gómez, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo Valencia, ha declarado que “ha sido un buen año para Valencia en lo que respecta a turismo y conectividad aérea. Cerramos 2016 siendo el destino europeo con mayor crecimiento en tráfico intercontinental, se han establecido 23 nuevas conexiones para primavera/verano y contamos ya con un total de 83 rutas para esta temporada”. Asimismo, ha añadido que “el trabajo de las instituciones en materia de conectividad resulta clave porque impacta directamente en el turismo. Así, nuestros esfuerzos se orientan a incrementar y consolidar las conexiones aéreas como base para la sostenibilidad del turismo en Valencia.

Por ello impulsamos FLY Valencia Meeting, porque consideramos fundamental reunir a compañías aéreas y proveedores turísticos, trabajar conjuntamente y generar sinergias que nos permitan seguir registrando datos positivos”.

Por su parte, el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, Rafael Gallego, ha asegurado que “tras el éxito de la anterior edición, a la que acudieron más de cien empresas turísticas, hemos querido repetir este evento por el claro potencial de la ciudad de Valencia como foco emisor del turismo. Valencia es un destino con una gran oferta turística, también complementaria, así como para viajes y reuniones profesionales. Y, aunque goza de una gran conectividad aérea, con este evento buscamos impulsarla más si cabe, tanto entre los destinos como entre las compañías aéreas participantes”.

En el encuentro, que tiene lugar esta tarde a las 18.30 horas en el Palacio de Congresos de Valencia, participan más de 100 agencias de viajes y 43 proveedores turísticos. Foro de expertos

El II FLY Valencia Meeting arranca con un foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia, en el que intervendrán: · Sandra Gómez, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo

Valencia · Rafael Gallego, presidente de CEAV · Mariano Menor, director del Aeropuerto de Valencia · Carsten Hoffmann, director general para España y Portugal de Lufthansa Group · Verónica Catany-Rezk, directora comercial de Air France-KLM · Santiago Escuder, delegado comercial zona este para Iberia - British Airways · Laura Rodríguez, analista de la consultora turística Forwardkeys Workshop

En esta segunda edición de FLY Valencia Meeting, junto a las agencias de viajes, participan empresas tecnológicas vinculadas al turismo, hoteles y destinos turísticos europeos. Durante el encuentro de trabajo se dará a conocer la oferta turística a los distintos intermediarios y el potencial de emisor de Valencia, a la vez que se genera un espacio de diálogo, intercambio de información y desarrollo de relaciones para la comercialización, que permita estimular el trabajo de las agencias de viajes como promotores de destino y favorezca la llegada de turistas a Valencia.

Las empresas turísticas que participarán en la segunda edición del FLY Valencia Meeting son: Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, American Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Surmmerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling. También estarán presentes los siguientes destinos: Albacete, Sevilla, Murcia, Austria, Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia. Cumbre Mundial de Agencias de Viajes

Por otro lado, la ciudad de Valencia acogerá el próximo mes de noviembre la IV Cumbre Mundial de Agencias de Viajes, un encuentro internacional que permitirá a los principales proveedores turísticos conocer la ciudad de Valencia como destino de reuniones y negocios, así como toda la oferta complementaria. Para Rafael Gallego “se trata de un evento al que acudirán representantes de agencias de viajes de más de 100 países y es por ello que ayudará a potenciar la oferta turística de la Comunidad Valenciana en todos los mercados mundiales y en los principales países emisores de turismo como Japón, China o la India”.

Así, en palabras de Sandra Gómez “este encuentro nos va a permitir acoger en Valencia a las principales agencias de viajes a nivel mundial, dando a conocer el potencial de los recursos turísticos con los que cuenta nuestra ciudad. Asimismo, nuestra ciudad se convertirá en sede del debate mundial sobre turismo, donde se analizarán las tendencias de los diferentes mercados, las oportunidades que ofrecen los nuevos canales de distribución, los nuevos perfiles de turistas y sus inquietudes, entre otros.” La colaboración de Turismo Valencia con la Confederación Española de Agencias de Viajes contribuye a intensificar la promoción de Valencia como destino turístico, favorece la mejora y consolidación de la conectividad de la ciudad y permite trabajar por un turismo competitivo.

Más del 80% de las ventas de las compañías aéreas se hacen en agencias de viajes

Redacción EFEtur • [original](#)

El canal de las agencias de viajes supone más del 80% de las ventas de las aerolíneas, según los representantes de las principales compañías aéreas que participaron en el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia celebrado en el marco del Fly Valencia Meeting.



Un hombre habla por el móvil mientras contempla el panel informativo de salidas del aeropuerto de Manises,(Valencia). Foto: EFE/Kai Försterling

Todas las compañías aéreas que participaron ayer en el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia reconocieron que el canal de ventas de las agencias de viajes supone más del 80% de sus ventas.

Además, aseguraron que este porcentaje es el mayor de toda Europa, “por lo que debemos seguir trabajando para mantener esta posición que nos indica que las agencias de viajes vamos en la buena dirección”, ha asegurado hoy el Presidente de CEAV, Rafael Gallego.



Un momento del Valencia Fly Meeting, organizado por la Confederación Española de Agencias de Viajes. Foto: Efetur/Cedida por CEAV.

Gallego ha valorado los resultados del segundo Fly Valencia Meeting, un evento organizado por la Confederación Española de Agencias de Viaje (CEAV), en colaboración con Turismo Valencia, que se celebró ayer en el Palacio de Congresos de la capital del Turia.

En total, 43 proveedores turísticos de primer nivel como Lufthansa o Iberia-British Airways acudieron a la segunda edición de este workshop, en el que participaron cerca de 100 agentes de viajes de toda la Comunidad Valenciana

Según el Presidente de CEAV, “hemos conseguido el objetivo que perseguíamos con el Fly Valencia Meeting: dinamizar el valor emisor de la ciudad de Valencia”.

Se consolida así una marca diferencial de jornada, el Fly Meeting, que en 2018 se va a exportar a otras ciudades, según afirmó Gallego, que añadió que dicho objetivo “va en línea con una de las prioridades CEAV, que consiste en reforzar y consolidar la actividad de la Confederación en todo el territorio español”.

Un centenar de agencias de viajes y empresas se reúnen para potenciar la imagen turística de la ciudad

j. b. | valència • [original](#)

València fue el destino que más creció en tráfico intercontinental en 2016

Alrededor de 100 agencias de viajes y un total de 43 empresas tecnológicas vinculadas al turismo, hoteles y destinos turísticos europeos se han dado cita este jueves en València en la segunda edición de FLY Valencia Meeting, un encuentro de trabajo para potenciar la imagen de la ciudad como foco emisor de turismo.

Las firmas participantes han dado a conocer esta tarde en el Palacio de Congresos la oferta turística el potencial de emisión de València a los intermediarios, según ha informado la fundación Turismo Valencia en un comunicado, que organiza el evento junto a la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV).

La iniciativa trata de generar un espacio de diálogo, intercambio de información y desarrollo de relaciones para la comercialización para estimular el trabajo de las agencias de viajes como promotores de destino y favorecer así la llegada de turistas.

Al mismo tiempo, la jornada ha servido como encuentro para las empresas del sector con el objetivo de consolidar la conectividad aérea y atraer nuevas rutas, para fomentar la generación de más tráfico de pasajeros en el aeropuerto de Manises (Valencia) y consolidar buenos resultados en cuanto a número de plazas ofertadas, rutas y frecuencias.

Así, el presidente de CEAV, Rafael Gallego, ha asegurado que "tras el éxito de la anterior edición, era necesario repetir este evento por el claro potencial de la ciudad como foco emisor del turismo".

"València es un destino con una gran oferta turística, también complementaria, así como para viajes y reuniones profesionales. Y, aunque goza de una gran conectividad aérea, con este evento buscamos impulsarla más si cabe, tanto entre los destinos como entre las compañías aéreas participantes", ha manifestado.

DESTINO CON MAYOR CRECIMIENTO

Por parte del Ayuntamiento, la primera teniente de alcalde y presidenta de Turismo Valencia, Sandra Gómez, ha señalado que 2016 fue "un buen año para València en lo que respecta a turismo y conectividad aérea", ya que logró posicionarse como "el destino europeo con mayor crecimiento en tráfico intercontinental" gracias a las 23 nuevas conexiones para primavera/verano y la oferta de 83 rutas para esta temporada.

Por ello, ha incidido en que "el trabajo de las instituciones en materia de conectividad

resulta clave porque impacta directamente en el turismo", con esfuerzos por parte del Ayuntamiento para "incrementar y consolidar las conexiones aéreas como base para la sostenibilidad del turismo en València".

"Impulsamos FLY Valencia Meeting porque consideramos fundamental reunir a compañías aéreas y proveedores turísticos para escucharles, trabajar conjuntamente y generar sinergias que nos permitan seguir registrando datos positivos", ha reivindicado.

En el encuentro también han participado el director del aeropuerto de Valencia, Mariano Menor; el director general para España y Portugal de Lufthansa Group, Carsten Hoffmann; la titular comercial de Air France-KLM, Verónica Catany-Rezk; el delegado comercial zona este para Iberia - British Airways, Santiago Escuder, y la analista de la consultora turística Forwardkeys, Laura Rodríguez.

Las empresas turísticas que han participado en la segunda edición del FLY Valencia Meeting son Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, American Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Surmmerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling.

A nivel nacional, han estado representados los destinos de Albacete, Sevilla y Murcia; y los internacionales de Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia.

CUMBRE MUNDIAL DE AGENCIAS

Por otro lado, València acogerá en noviembre de este año la cuarta Cumbre Mundial de Agencias de Viajes, un encuentro internacional que permitirá a los principales proveedores turísticos conocer la ciudad como destino de reuniones y negocios, así como toda la oferta complementaria.

En este evento participarán representantes de agencias de viajes de más de 100 países, por lo que el presidente de CEAV cree que "ayudará a potenciar la oferta turística de la Comunitat Valenciana en todos los mercados mundiales y en los principales países emisores de turismo como Japón, China o la India".

Para la titular de Turismo Valencia, esta cumbre "permitirá dar a conocer el potencial de los recursos turísticos con los que cuenta València", que "se convertirá en sede del debate mundial sobre turismo" con un foro donde se analizarán las tendencias de los diferentes mercados, las oportunidades que ofrecen los nuevos canales de distribución, los nuevos perfiles de turistas y sus inquietudes, entre otros aspectos.

La colaboración de la fundación municipal con la Confederación Español de Agencias de Viajes trata de intensificar la promoción de Valencia como destino turístico, favorecer la mejora y consolidación de la conectividad de la ciudad y alcanzar un turismo competitivo.

Lufthansa, Iberia y Air France-KLM aumentan capacidad desde Valencia

original

Las compañías aéreas Lufthansa, Iberia y Air France-KLM incrementarán su capacidad desde el Aeropuerto de Valencia este verano. Así lo han anunciado durante la segunda edición del Fly Valencia Meeting, una reunión organizada por Turismo Valencia para potenciar la ciudad como destino turístico.

Durante el encuentro, Carsten Hoffmann, director general para España y Portugal de Lufthansa, informó de las novedades de la compañía desde el Aeropuerto de Valencia, entre las que destaca el regreso del segundo vuelo diario a Frankfurt y la ampliación de dos a cuatro frecuencias semanales de la conexión con Múnich. Swiss, perteneciente al grupo aéreo alemán, operará hasta cuatro vuelos diarios entre Valencia y Zúrich este verano, con lo que el total de conexiones semanales desde Valencia de las aerolíneas del grupo será de 112.

Por su parte, Verónica Catany-Rezk, directora comercial de Air France-KLM explicó que la capacidad de su compañía desde la ciudad se incrementará un 17 por ciento esta temporada tras haber recuperado recientemente la conexión entre Valencia y Ámsterdam. La oferta de verano en el Aeropuerto de Valencia y el de Alicante-Elche, desde el que también conecta con Ámsterdam, será de 214 vuelos desde y hacia la Comunitat este verano.

Asimismo, Santiago Escuder, delegado comercial zona este para Iberia-British Airways, destacó el regreso de la conexión entre Valencia y Barcelona, operada conjuntamente por Air Nostrum y Vueling. También explicó que los primeros datos de ocupación en esta ruta para los días de Fallas son buenos, pero señaló que en adelante se centrarán en atraer pasajeros de negocio que actualmente viajan en tren entre ambas ciudades. Otra de las novedades del grupo desde Valencia será una conexión con Vigo.

SEGUNDA EDICIÓN DEL FLY VALENCIA MEETING

Lufthansa, Iberia y Air France-KLM incrementarán capacidad desde València este verano

[Xavi Moret](#)

FLY VALENCIA MEETING



© Los responsables de Turismo Valencia, junto a los ponentes del FLY Valencia Meeting

10/03/2017 - VALÈNCIA. El grupo **Lufthansa**, el grupo **Iberia** y **Air France-KLM** incrementarán su capacidad desde el Aeropuerto de València la próxima temporada de verano, que arranca el último fin de semana de marzo. Una de las principales novedades es el regreso de la conexión entre València y Barcelona, operada conjuntamente por **Air Nostrum** y **Vueling** (grupo Iberia), junto al regreso del segundo vuelo diario entre València y Frankfurt servido por Lufthansa.

Responsables de las tres aerolíneas intervinieron este jueves como ponentes en la segunda edición del *Fly Valencia Meeting*, una reunión organizada por Turismo Valencia para potenciar la ciudad como foco emisor de turismo. En el encuentro participaron más de 100 agencias de viajes y 43 proveedores turísticos.

Carsten Hoffmann, director general para España y Portugal de Lufthansa, informó de las novedades en la programación de la compañía desde València, entre las que además del regreso del segundo vuelo diario a Frankfurt sobresale la ampliación de dos a cuatro frecuencias semanales de la conexión con Múnich.

Swiss, perteneciente también al grupo Lufthansa, operará hasta cuatro vuelos diarios entre València y Zúrich este verano, con lo que el total de conexiones semanales desde Valencia de las aerolíneas del grupo será de 112.

Por su parte, **Verónica Catany-Rezk**, directora comercial de Air France-KLM explicó que la capacidad de su compañía desde la ciudad se incrementará un 17% esta temporada tras haber recuperado recientemente la conexión entre València y Ámsterdam.

La oferta de esta compañía en el Aeropuerto de València y el de Alicante-Elche, desde el que también conecta con Ámsterdam, será de 214 vuelos desde y hacia la Comunitat este verano.

Santiago Escuder, delegado comercial zona este para Iberia-British Airways, explicó que los primeros datos de ocupación para el regreso de la conexión entre València y Barcelona son buenos para los días de Fallas, pero destacó que en adelante se centrarán en atraer pasajeros de negocio que actualmente viajan en tren entre ambas ciudades. Otra de las novedades del grupo desde Valencia, según comentó, será una conexión con Vigo.

En el encuentro también participaron **Rafael Gallego**, presidente de la CEAV (agencias de viaje), **Mariano Menor**, director del Aeropuerto de València, y **Laura Rodríguez**, analista de la consultora turística Forwardkeys. La apertura corrió a cargo de **Sandra Gómez**, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo Valencia, quien estuvo acompañada de su director, **Antonio Bernabé**.

Lo más leído Zenithbr The ROI Agency

- 1 La CVMC arrancará con 60 empleados de la bolsa de trabajo
- 2 Una sentencia permite a 25.000 interinos reclamar un complemento que costaría millones al Consell
- 3 Diez años y 7 meses de cárcel para el valenciano que fundó Caloret Valencia SL y miles de empresas pantalla
- 4 El robot de la ilicitana Aisoy se lanza a la conquista de USA con North American Learning Robotics
- 5 Marzá suavizará el decreto sobre el uso del valenciano tras la llamada al orden del CJC

eurologo PROMOTIONS & MERCHANDISING

LA NUEVA FORMA DE CONTRATAR REGALOS PROMOCIONALES

- 1 MÁS DE 27 AÑOS DE EXPERIENCIA
- 2 PRECIOS 30% POR DEBAJO DE MERCADO
- 3 MÁS DE 2.100 PEDIDOS MENSUALES
- 4 SERVICIOS: 365 DÍAS, 24H, EN CUALQUIER LUGAR
- 5 PRODUCTOS: MÁS DE 8.000 REFERENCIAS



Gómez destacó el buen año que ha registrado Valencia en turismo y conectividad aérea. "Cerramos 2016 siendo el destino europeo con mayor crecimiento en tráfico intercontinental, se han establecido 23 nuevas conexiones para primavera y verano y contamos ya con un total de 83 rutas para esta temporada", destacó Gómez.

El presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, Rafael Gallego, aseguró que València es un destino "con una gran oferta turística, también complementaria, así como para viajes y reuniones profesionales". "Aunque goza de una gran conectividad aérea, con este evento buscamos impulsarla más si cabe, tanto entre los destinos como entre las compañías aéreas participantes", agregó.

Tras la intervención de los invitados en un foro de expertos se celebró un workshop distintos intermediarios presentaron sus productos y el potencial de emisor de València.

Las empresas turísticas que participaron en la segunda edición del FLY Valencia Meeting fueron Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, American Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Summerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling. También estarán presentes los siguientes destinos: Albacete, Sevilla, Murcia, Austria, Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia.



CONECTA CON NOSOTROS

Valencia Plaza, desde cualquier medio



SUSCRÍBETE AL BOLETÍN VP

Todos los días a primera hora en tu email

☐ Acepto la [política de privacidad](#)

valenciaplaza

[QUIÉNES SOMOS](#) [PUBLICIDAD](#) [CONTACTO](#) [AVISO LEGAL](#)

BY **VG** VG AGENCIA DIGITAL

AVISO DE COOKIES: Este sitio web hace uso de cookies con la finalidad de recopilar datos estadísticos anónimos de uso de la web, así como la mejora del funcionamiento y personalización de la experiencia de navegación del usuario. [Aceptar](#) [Más información](#) ✕

CEAV y Turismo Valencia organizan la segunda edición del FLY Valencia Meeting

original

Empresas turísticas de primer nivel participan en la segunda edición de este workshop que persigue potenciar la ciudad de Valencia como foco emisor de turismo



FLY Valencia Meeting

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) y la Fundación Turismo Valencia organizan la segunda edición del FLY Valencia Meeting, evento anual que reúne al entorno turístico, compañías aéreas y agencias de viajes. La jornada pretende ser un espacio de encuentro para las empresas del sector con el objetivo de consolidar la conectividad aérea y atraer nuevas rutas, fomentando la generación de más tráfico de pasajeros en el Aeropuerto de Valencia.

Sandra Gómez, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo Valencia, ha declarado que "ha sido un buen año para Valencia en lo que respecta a turismo y conectividad aérea. Cerramos 2016 siendo el destino europeo con mayor crecimiento en tráfico intercontinental, se han establecido 23 nuevas conexiones para primavera/verano y contamos ya con un total de 83 rutas para esta temporada". Asimismo, ha añadido que "el trabajo de las instituciones en materia de conectividad resulta clave porque impacta directamente en el turismo. Así, nuestros esfuerzos se orientan a incrementar y consolidar las conexiones aéreas como base para la sostenibilidad del turismo en Valencia. Por ello impulsamos FLY Valencia Meeting, porque consideramos fundamental reunir a compañías aéreas y proveedores turísticos trabajar conjuntamente y generar sinergias que nos permitan

a compañías aéreas y proveedores turísticos, trabajar conjuntamente y generar sinergias que nos permitan seguir registrando datos positivos”.

Por su parte, el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, Rafael Gallego, ha asegurado que “tras el éxito de la anterior edición, a la que acudieron más de cien empresas turísticas, hemos querido repetir este evento por el claro potencial de la ciudad de Valencia como foco emisor del turismo. Valencia es un destino con una gran oferta turística, también complementaria, así como para viajes y reuniones profesionales. Y, aunque goza de una gran conectividad aérea, con este evento buscamos impulsarla más si cabe, tanto entre los destinos como entre las compañías aéreas participantes”.

En el encuentro, que tiene lugar esta tarde a las 18.30 horas en el Palacio de Congresos de Valencia, participan más de 100 agencias de viajes y 43 proveedores turísticos.

Foro de expertos

El II FLY Valencia Meeting arranca con un foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia, en el que intervendrán:

- Sandra Gómez, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo Valencia
- Rafael Gallego, presidente de CEAV
- Mariano Menor, director del Aeropuerto de Valencia
- Carsten Hoffmann, director general para España y Portugal de Lufthansa Group
- Verónica Catany-Rezk, directora comercial de Air France-KLM
- Santiago Escuder, delegado comercial zona este para Iberia - British Airways
- Laura Rodríguez, analista de la consultora turística Forwardkeys

Workshop

En esta segunda edición de FLY Valencia Meeting, junto a las agencias de viajes, participan empresas tecnológicas vinculadas al turismo, hoteles y destinos turísticos europeos. Durante el encuentro de trabajo se dará a conocer la oferta turística a los distintos intermediarios y el potencial de emisor de Valencia, a la vez que se genera un espacio de diálogo, intercambio de información y desarrollo de relaciones para la comercialización, que permita estimular el trabajo de las agencias de viajes como promotores de destino y favorezca la llegada de turistas a Valencia.

Las empresas turísticas que participarán en la segunda edición del FLY Valencia Meeting son: Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, American Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Surmmerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling. También estarán presentes los siguientes destinos: Albacete, Sevilla, Murcia, Austria, Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia.

Cumbre Mundial de Agencias de Viajes

Por otro lado, la ciudad de Valencia acogerá el próximo mes de noviembre la IV Cumbre Mundial de Agencias de Viajes, un encuentro internacional que permitirá a los principales proveedores turísticos conocer la ciudad de Valencia como destino de reuniones y negocios, así como toda la oferta complementaria.

Para Rafael Gallego “se trata de un evento al que acudirán representantes de agencias de viajes de más de 100 países y es por ello que ayudará a potenciar la oferta turística de la Comunidad Valenciana en todos los mercados mundiales y en los principales países emisores de turismo como Japón, China o la India”.

Así, en palabras de Sandra Gómez “este encuentro nos va a permitir acoger en Valencia a las principales agencias de viajes a nivel mundial, dando a conocer el potencial de los recursos turísticos con los que cuenta nuestra ciudad. Asimismo, nuestra ciudad se convertirá en sede del debate mundial sobre turismo, donde se analizarán las tendencias de los diferentes mercados, las oportunidades que ofrecen los nuevos canales de distribución, los nuevos perfiles de turistas y sus inquietudes, entre otros.”

La colaboración de Turismo Valencia con la Confederación Español de Agencias de Viajes contribuye a intensificar la promoción de Valencia como destino turístico, favorece la mejora y consolidación de la conectividad de la ciudad y permite trabajar por un turismo competitivo.

Más información sobre turismo, ocio, cultura y gastronomía en www.viuvalencia.com





Xiromita Trad Project

El canal de agencias representa el 80% de las ventas de las aerolíneas

HOSTELTUR • original

Todas las **compañías aéreas** que participaron esta semana en el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia reconocieron que el canal de ventas de las **agencias de viajes supone más del 80% de su facturación**. "Este porcentaje es el mayor de toda **Europa**, por lo que debemos seguir trabajando para mantener esta posición que nos indica que las agencias de viajes vamos en la buena dirección", ha afirmado el presidente de la **Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV)**, **Rafael Gallego**, durante la celebración del segundo **Fly Valencia Meeting**.

la confederación ha valorado positivamente el resultado del pasado año para las agencias, añadiendo que "además de **recuperarse 6.500 empleos** en el sector, **se han abierto un 2% más de oficinas** de agencias de viajes que en 2015, oficinas que son cada vez más especializadas y enfocadas al turismo experiencial", según ha declarado Gallego.

El evento ha estado organizado organizado por CEAV, en colaboración con **Turismo Valencia**, que se celebró este jueves en el Palacio de Congresos de Valencia. En total, 43 proveedores turísticos de primer nivel como Lufthansa o Iberia - British Airways acudieron a la segunda edición de este workshop, que fue un éxito de asistencia con la participación de cerca de 100 agentes de viajes de toda la Comunidad Valenciana.



Según Gallego, "hemos conseguido el objetivo que perseguíamos con el Fly Valencia Meeting: dinamizar el valor emisor de la ciudad de Valencia. Se consolida así una marca diferencial de jornada, el Fly Meeting, que en 2018 lo vamos a exportar a otras ciudades. Esto va en línea con una de las prioridades

CEAV, que consiste en reforzar y consolidar la actividad de la Confederación en todo el territorio español".

Uno de los puntos fuertes del evento fue el foro de expertos sobre el **potencial emisor del Aeropuerto de Valencia**. En él intervinieron **Sandra Gómez**, primera teniente de alcalde del **Ayuntamiento de Valencia** y presidenta de la **Fundación Turismo Valencia**; **Carsten Hoffmann**, director general para España y Portugal de **Lufthansa Group**; **Verónica Catany-Rezk**, directora comercial de **Air France-KLM**; y **Santiago Escuder**

de Lufthansa Group, Air France KLM, el sector comercial de Air France KLM, y Santiago Ecuador, delegado comercial zona este para **Iberia - British Airways**, entre otros ponentes.

Posteriormente, tuvo lugar el **workshop** en el que estuvieron presentes las siguientes empresas turísticas: Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, American Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Summerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling. Asimismo, han estado presentes los siguientes destinos: Albacete, Sevilla, Murcia, Valencia, Austria, Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia.

Como colofón, se celebró una **cena-coctel** en el Palacio de Congresos.

[Hosteltur](#)

El mayor porcentaje de Europa

El canal de agencias representa el 80% de las ventas de las aerolíneas

Todas las compañías aéreas que participaron esta semana en el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia reconocieron que el canal de ventas de las agencias de viajes supone más del 80% de su facturación. "Este porcentaje es el mayor de toda Europa, por lo que debemos seguir trabajando para mantener esta posición que nos indica que las agencias de viajes vamos en la buena dirección", ha afirmado el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, durante la celebración del segundo Fly Valencia Meeting.

Como informó este viernes HOSTELTUR noticias de turismo en Las agencias vendieron entre el 8% y el 12% más durante 2016, la confederación ha valorado positivamente el resultado del pasado año para las agencias, añadiendo que "además de recuperarse 6.500 empleos en el sector, se han abierto un 2% más de oficinas de agencias de viajes que en 2015, oficinas que son cada vez más especializadas y enfocadas al turismo experiencial", según ha declarado Gallego.

El evento ha estado organizado organizado por CEAV, en colaboración con Turismo Valencia, que se celebró este jueves en el Palacio de Congresos de Valencia. En total, 43 proveedores turísticos de primer nivel como Lufthansa o Iberia - British Airways acudieron a la segunda edición de este workshop, que fue un éxito de asistencia con la participación de cerca de 100 agentes de viajes de toda la Comunidad Valenciana.



Según Gallego, "hemos conseguido el objetivo que perseguíamos con el Fly Valencia Meeting: dinamizar el valor emisor de la ciudad de Valencia. Se consolida así una marca diferencial de jornada, el Fly Meeting, que en 2018 lo vamos a exportar a otras ciudades. Esto va en línea con una de las prioridades CEAV, que consiste en reforzar y consolidar la actividad de la Confederación en todo el territorio español".

Uno de los puntos fuertes del evento fue el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia. En él intervinieron Sandra Gómez, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo Valencia; Carsten Hoffmann, director general para España y Portugal de Lufthansa Group; Verónica Catany-Rezk, directora comercial de Air France-KLM, y Santiago Escuder, delegado comercial zona este para Iberia - British Airways, entre otros ponentes.



Posteriormente, tuvo lugar el workshop en el que estuvieron presentes las siguientes empresas turísticas: Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, American Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Surmmmerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling. Asimismo, han estado presentes los siguientes destinos: Albacete, Sevilla, Murcia, Valencia, Austria, Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia.

Como colofón, se celebró una cena-coctel en el Palacio de Congresos.

Ángeles Vargas

🐦 @angelesvargaspe

✉️ angeles.vargas@hosteltur.com

Otros artículos de Ángeles Vargas

Comentarios

En España las agencias representan el 80% de las ventas de las aerolíneas

original

Todas las **compañías aéreas** que participaron la última semana en el foro de expertos sobre el potencial emisor del Aeropuerto de Valencia reconocieron que el canal de ventas de las **agencias de viajes supone más del 80% de su facturación**. "Este porcentaje es el mayor de toda **Europa**, por lo que debemos seguir trabajando para mantener esta posición que nos indica que las agencias de viajes vamos en la buena dirección", afirmó el presidente de la **Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV)**, **Rafael Gallego**, durante la celebración del segundo **Fly Valencia Meeting**.

Como informó este viernes **HOSTELTUR noticias de turismo** en **Las agencias vendieron entre el 8% y el 12% más durante 2016**, la confederación ha valorado positivamente el resultado del pasado año para las agencias, añadiendo que "además de **recuperarse 6.500 empleos** en el sector, **se han abierto un 2% más de oficinas** de agencias de viajes que en 2015, oficinas que son cada vez más especializadas y enfocadas al turismo experiencial", según ha declarado Gallego.

El evento ha estado organizado organizado por **CEAV**, en colaboración con **Turismo Valencia**, que se celebró este jueves en el Palacio de Congresos de Valencia. En total, **43 proveedores turísticos de primer nivel como Lufthansa o Iberia - British Airways** acudieron a la **segunda edición de este workshop**, que fue un éxito de asistencia con la participación de cerca de 100 agentes de viajes de toda la Comunidad Valenciana.



Aerolíneas y agencias en el Fly Valencia Meeting.

Según Gallego, *"hemos conseguido el objetivo que perseguíamos con el Fly Valencia Meeting: dinamizar el valor emisor de la ciudad de Valencia. Se consolida así una marca diferencial de jornada, el Fly Meeting, que en 2018 lo vamos a exportar a otras ciudades. Esto va en línea con una de las prioridades CEAV, que consiste en reforzar y consolidar la actividad de la Confederación en todo el territorio español"*.

Uno de los puntos fuertes del evento fue el foro de expertos sobre el **potencial emisor del Aeropuerto de Valencia**. En él intervinieron **Sandra Gómez**, primera teniente de alcalde del **Avuntamiento de Valencia** y

presidenta de la **Fundación Turismo Valencia**; **Carsten Hoffmann**, director general para España y Portugal de **Lufthansa Group**; **Verónica Catany-Rezk**, directora comercial de **Air France-KLM**, y **Santiago Escuder**, delegado comercial zona este para **Iberia - British Airways**, entre otros ponentes.

Posteriormente, tuvo lugar el **workshop** en el que estuvieron presentes las siguientes empresas turísticas: Aerticket, Amadeus, Hahn Air, Servivuelo, Aon, Race, Intercontinental Hotels Group, Maritim Hoteles, Sandos Hoteles, American Receptive, Expedia Taap, Mapatours, Luxotour, Politours, Surmmerwind, BlueAir, Plus Ultra, Singapore Airlines, Ciudades Ave, Aeroflot, Air France, Transavia, Iberia, Lufthansa, Qatar Airways, Korean Air, Royal Air Maroc, Tap Portugal, United y Vueling. Asimismo, han estado presentes los siguientes destinos: Albacete, Sevilla, Murcia, Valencia, Austria, Alemania, Malta, Noruega, Japón, Tolouse e Italia.

Como colofón, se celebró una **cena-coctel** en el Palacio de Congresos.

«La Comunitat Valenciana no es sólo atractiva para el turismo, es fructífera para los negocios»

original



Carsten Hoffmann, director general de Lufthansa en España y Portugal, en Valencia. :: irene marsilla

El mercado del transporte aéreo pasa por un buen momento, según el director general en España y Portugal de Lufthansa, Carsten Hoffmann, quien vino a la capital del Turia por la celebración del encuentro 'Fly **Valencia** Meeting'. El directivo cuenta que viajar en avión se ha popularizado de tal manera que ha sido capaz de cambiar los hábitos de consumo de los usuarios. Además, tiene buenas expectativas para la Comunitat, donde cada vez son más frecuentes los vuelos por negocios, dado al tejido productivo de la región, «con muchas pymes y también grandes empresas como Mercadona».

¿A qué responde la decisión de Lufthansa de establecer un nuevo vuelo diario entre Valencia y Frankfurt para el verano de 2017?

No es el primer año. Debido a los buenos resultados que dio esta segunda conexión diaria el verano pasado, decidimos repetir este segundo vuelo entre Valencia y Frankfurt este año. Se trata de una línea que conecta de verdad Valencia con el mundo y en especial con Estados Unidos, ya que el aeropuerto de Frankfurt es un punto de nexo con muchos destinos. Este, en concreto, tiene muy buenas conexiones a destinos como Nueva York, San Francisco, Chicago y Los Ángeles. También ampliamos de dos a cuatro las frecuencias semanales hacia Múnich. Es decir, las hemos duplicado. Es otra de las novedades.

¿Hay posibilidad de que se amplíe más allá del verano?

Sí, siempre está la oportunidad. Después de dos años en los que no conseguimos ampliar esta conexión en invierno. Sin embargo, los resultados del año pasado nos hacen ver una oportunidad para mantener la frecuencia también en invierno.

¿Cómo ve el mercado aéreo en la **Comunitat**

Tenemos una historia de éxito aquí. Hace diez años empezamos con Swiss con un vuelo entre Valencia y Ginebra. Ahora tenemos 112 frecuencias semanales como grupo Lufthansa. Es un mercado muy bueno, con demanda creciente.

¿Se plantean establecer conexión con el aeropuerto de Castellón? ¿Y alguna línea nueva con el de Alicante?

Con Alicante, sí. Este verano también ampliamos las conexiones. Desde Alicante tenemos 34 frecuencias semanales con otros destinos europeos. Para nosotros es muy buen complemento especialmente para la demanda turística. Estamos contentos con los dos aeropuertos; en Valencia la demanda proviene de una combinación entre negocio y turismo, mientras que en Alicante principalmente es turística. Como estos dos funcionan muy bien, no tenemos planes de nuevas líneas en Castellón.

O sea, ¿Castellón se descarta?

Sí, de momento, sí. Aunque nunca se sabe, pero por ahora estamos más que contentos con Valencia y Alicante.

¿Está cambiando el perfil del pasajero que viaja a la Comunitat?

Es cierto que al principio el perfil predominante era el del viajero que venía a hacer turismo y cruceros desde Valencia, por ejemplo. Pero ha cambiado. Ahora la ciudad es más conocida que nunca y cada vez son más frecuentes los viajeros por negocios, ya que es una zona con muchas pymes y con grandes empresas como Mercadona. La Comunitat es muy fructífera para los negocios, no sólo es atractiva y bonita para hacer turismo.

¿De qué manera ha afectado el fenómeno 'low cost' a su negocio?

Somos una aerolínea que funciona con estos nudos -hubs- muy grandes. No sólo volamos hacia Munich y Frankfurt, sino que a partir de ahí conectamos con muchas partes del mundo, lo que supone un valor añadido que nos diferencia de las líneas 'low cost'. Además, hemos visto que el 'low cost' nos ha dado un impulso positivo, ya que ha contribuido a que el mercado sea más conocido y genere más demanda.

¿Qué tendencias se prevén en el sector?

Vemos que cada año crecen las cifras, especialmente en España. Suponemos que esta tendencia va a continuar. Es verdad que hay mucha capacidad y que ese exceso puede

tener un efecto en los precios.

¿Se ha popularizado el transporte aéreo respecto a los últimos años?

Sí, se ha cambiado el hábito de consumo en ese sentido. Ha variado por completo el modo de viajar de la gente, sobre todo de la más joven. Los viajes en avión son más frecuentes; antes se viajaba para estar dos o tres semanas en verano y ahora los usuarios se animan a escapadas de un fin de semana sólo, por ejemplo. Creo que esto es así debido a que antes se ha puesto sobre la mesa una oferta que lo ha permitido.

¿Qué destinos tuvieron más éxito en 2016 entre los viajeros valencianos?

En rutas continentales, Berlín, Varsovia y Praga fueron los países más demandados.

¿Qué cifras registraron el pasado año?

Sólo Lufthansa -no el grupo-, hemos superado los 200.000 pasajeros entre Valencia y los dos aeropuertos alemanes, Munich y Frankfurt. Esto supuso un crecimiento del 8,5% respecto al año anterior. Ha sido un éxito para nosotros.

¿Y qué previsiones tienen para este ejercicio?

Esperamos mantener las frecuencias en invierno y con eso supongo que creceremos en torno un 5% con respecto a 2016. Soy optimista y pienso que lo alcanzaremos.

«La Comunitat no es sólo atractiva para el turismo, es fructífera para los negocios»

Carsten Hoffmann Director general de Lufthansa en España y Portugal

ELISABETH RODRÍGUEZ

elisabeth.rodriguez@lasprovincias.es

El director general de Lufthansa afirma que cada vez son más frecuentes en Valencia los viajes por motivos profesionales

VALENCIA. El mercado del transporte aéreo pasa por un buen momento, según el director general en España y Portugal de Lufthansa, Carsten Hoffmann, quien vino a la capital del Turia por la celebración del encuentro 'Fly Valencia Meeting'. El directivo cuenta que viajar en avión se ha popularizado de tal manera que ha sido capaz de cambiar los hábitos de consumo de los usuarios. Además, tiene buenas expectativas para la Comunitat, donde cada vez son más frecuentes los vuelos por negocios, dado al tejido productivo de la región, «con muchas pymes y también grandes empresas como Mercadona».

—¿A qué responde la decisión de Lufthansa de establecer un nuevo vuelo diario entre Valencia y Frankfurt para el verano de 2017?

—No es el primer año. Debido a los buenos resultados que dio esta segunda conexión diaria el verano pasado, decidimos repetir este segundo vuelo entre Valencia y Frankfurt este año. Se trata de una línea que conecta de verdad Valencia con el mundo y en especial con Estados Unidos, ya que el aeropuerto de Frankfurt es un punto de nexo con muchos destinos. Este, en concreto, tiene muy buenas conexiones a destinos como Nueva York, San Francisco, Chicago y Los Ángeles. También ampliamos de dos a cuatro las frecuencias semanales hacia Múnich. Es decir, las hemos duplicado. Es otra de las novedades.

—¿Hay posibilidad de que se amplíe más allá del verano?

—Sí, siempre está la oportunidad. Después de dos años en los que no conseguimos ampliar esta conexión en invierno. Sin embargo, los resultados del año pasado nos hacen ver una oportunidad para mantener la frecuencia también en invierno.

—¿Cómo ve el mercado aéreo en la Comunitat?

—Tenemos una historia de éxito aquí. Hace diez años empezamos con Swiss con un vuelo entre Valencia y Ginebra. Ahora tenemos 112 frecuencias semanales como grupo Lufthansa. Es un mercado muy bueno, con demanda creciente.



Carsten Hoffmann, director general de Lufthansa en España y Portugal, en Valencia. :: IRENE MARSILLA

LAS CLAVES

Negocio en Manises

«Tenemos una historia de éxito. Hace diez años, teníamos un vuelo desde aquí. Ahora, 112 semanales»

Aeropuerto de Castellón

«Estamos contentos con Valencia y Alicante. No tenemos planes para Castellón»

Tendencias

«La demanda es creciente. Es cierto que mucha capacidad puede tener un efecto sobre los precios»

—¿Se plantean establecer conexión con el aeropuerto de Castellón? ¿Y alguna línea nueva con el de Alicante?

—Con Alicante, sí. Este verano también ampliamos las conexiones. Desde Alicante tenemos 34 frecuencias semanales con otros destinos europeos. Para nosotros es muy buen complemento especialmente para la demanda turística. Estamos contentos con los dos aeropuertos; en

Vuelos baratos

«El 'low cost' nos ha dado un impulso positivo; ha contribuido a que el mercado se conozca más»

Hábitos de consumo

«Antes se viajaba para estar dos semanas y ahora se hacen escapadas de un fin de semana»

Destinos con más éxito

«En rutas continentales, Berlín, Praga y Varsovia fueron los países más demandados»

Valencia la demanda proviene de una combinación entre negocio y turismo, mientras que en Alicante principalmente es turística. Como estos dos funcionan muy bien, no tenemos planes de nuevas líneas en Castellón.

—O sea, ¿Castellón se descarta?

—Sí, de momento, sí. Aunque nunca se sabe, pero por ahora estamos más que contentos con Valencia y Alicante.

—¿Está cambiando el perfil del pasajero que viaja a la Comunitat?

—Es cierto que al principio el perfil predominante era el del viajero que venía a hacer turismo y cruceros desde Valencia, por ejemplo. Pero ha cambiado. Ahora la ciudad es más conocida que nunca y cada vez son más frecuentes los viajeros por negocios, ya que es una zona con muchas pymes y con grandes empresas como Mercadona. La Comunitat es muy fructífera para los negocios, no sólo es atractiva y bonita para hacer turismo.

—¿De qué manera ha afectado el fenómeno 'low cost' a su negocio?

—Somos una aerolínea que funciona con estos nudos —hubs— muy grandes. No sólo volamos hacia Múnich y Frankfurt, sino que a partir de ahí conectamos con muchas partes del mundo, lo que supone un valor añadido que nos diferencia de las líneas 'low cost'. Además, hemos visto que el 'low cost' nos ha dado un impulso positivo, ya que ha contribuido a que el mercado sea más conocido y genere más demanda.

—¿Qué tendencias se prevén en el sector?

—Vemos que cada año crecen las cifras, especialmente en España. Suponemos que esta tendencia va a continuar. Es verdad que hay mucha capacidad y que ese exceso puede tener un efecto en los precios.

—¿Se ha popularizado el transporte aéreo respecto a los últimos años?

—Sí, se ha cambiado el hábito de consumo en ese sentido. Ha variado por completo el modo de viajar de la gente, sobre todo de la más joven. Los viajes en avión son más frecuentes; antes se viajaba para estar dos o tres semanas en verano y ahora los usuarios se animan a escapadas de un fin de semana sólo, por ejemplo. Creo que esto es así debido a que antes se ha puesto sobre la mesa una oferta que lo ha permitido.

—¿Qué destinos tuvieron más éxito en 2016 entre los viajeros valencianos?

—En rutas continentales, Berlín, Varsovia y Praga fueron los países más demandados.

—¿Qué cifras registraron el pasado año?

—Sólo Lufthansa —no el grupo—, hemos superado los 200.000 pasajeros entre Valencia y los dos aeropuertos alemanes, Múnich y Frankfurt. Esto supuso un crecimiento del 8,5% respecto al año anterior. Ha sido un éxito para nosotros.

—¿Y qué previsiones tienen para este ejercicio?

—Esperamos mantener las frecuencias en invierno y con eso supongo que creceremos en torno un 5% con respecto a 2016. Soy optimista y pienso que lo alcanzaremos.



NEXOTUR

Lunes 13 de Marzo de 2017 / Número 5543

Las agencias venden el 80% de los billetes aéreos

Así lo reconocen los representantes de Lufthansa, Air France-KLM, Iberia y British Airways

NEXOTUR | Lunes 13 de Marzo de 2017, 06:00h



El **canal de las agencias de viajes** supone **más del 80% de las ventas de las aerolíneas**. Así lo han anunciado los representantes de **Lufthansa, Air France-KLM, Iberia y British Airways** que han participado en el foro de expertos sobre el potencial emisor del aeropuerto de Valencia celebrado en el marco del **Fly Valencia Meeting**.

Se trata del mayor porcentaje de toda Europa

"Este porcentaje **es el mayor de toda Europa**, por lo que debemos seguir trabajando para mantener esta posición que nos indica que las agencias vamos en la buena dirección", sostiene el [presidente de CEAV, Rafael Gallego](#). El evento, organizado por la propia Confederación, en colaboración con Turismo de Valencia, se ha celebrado en el Palacio de Congresos de Valencia. En total, ha congregado a **43 proveedores turísticos y más de**

100 agentes de la Comunidad.

© Copyright NEXOTUR | Plataforma online de Información turística

[Fly Valencia Meeting](#) [ventas aéreas](#) [CEAV](#) [43 proveedores turísticos](#) [Turismo de Valencia](#) [Rafael Gallego](#)

EVALU@NET DE LA SEMANA

Una nueva versión de la 'web' del Palacio de Congresos de Tarragona



[Ingrese aquí](#) para ver el RANKING DE EVALU@NETS de: Aerolíneas - Destinos - Transportes - Centrales de Reservas / Palacios - Cadenas Hoteleras - Mayoristas

EVENTOS / CALENDARIO



Agenda con las citas nacionales e internacionales imprescindibles del Sector, ordenadas y con toda la información de interés.

HUMOR CARD / e-TARJETA



Haga clic sobre la imagen o este texto para personalizar la tarjeta diaria HumorCard de Quique y enviársela a un amigo a través del correo electrónico.

[Portada](#)	[Hemeroteca](#)	[Búsquedas](#)	[NEXOTUR](#)	[NEXO HOTEL](#)	[CONEXO](#)	[NEXOBUS](#)	[Grupo NEXO](#)
[Bolsa de Empleo](#)	[Personajes](#)	[Ev@luanet](#)	[Turóscopo](#)	[HumorCard](#)	[Suscríbete](#)	[Staff](#)	[Banners](#)
[Contactar](#)	[Darse de Baja](#)	[Opinión](#)	[RSS - XML](#)	[Política de privacidad y cookies](#)	[Aviso Legal](#)		

NEXOTUR | Diario online del Agente de Viaje



NEXOTUR.com es un Diario online del Grupo NEXO
 © Copyright Grupo NEXO | ® Todos los Derechos Reservados
[CONTACTO](#)

Proveedor Tecnológico [Cibeleles.net](#) [Edit it Maker](#)

Las reservas de turistas estadounidenses a València se disparan un 51% pese a no tener vuelos directos

original

- [Compartir](#)
- [Tweet](#)
- [Linkedin](#)
- [Menéame](#)



Puente de Brooklyn, con Manhattan al fondo. Foto: nycgo.com

VALÈNCIA. La demanda del turista estadounidense se dispara en València. Las reservas de vuelos desde Estados Unidos entre marzo y agosto se han incrementado un 51% respecto al mismo periodo del año pasado. Como resultado de ese aumento, prácticamente un tercio de los pasajeros extraeuropeos que recibirá el Aeropuerto de València en los próximos seis meses serán de EEUU, país con el que no existen conexiones aéreas directas.

El turismo estadounidense es uno de los que más crece en València en los últimos meses. El avance de las reservas hasta el próximo verano se suma al aumento del 8% registrado en la llegada de viajeros durante el último año. Según los datos recopilados por la compañía Forward Keys, presentados durante la [segunda edición del Fly Valencia Meeting](#), las llegadas de vuelos de largo radio han crecido un 20% desde marzo del pasado año.

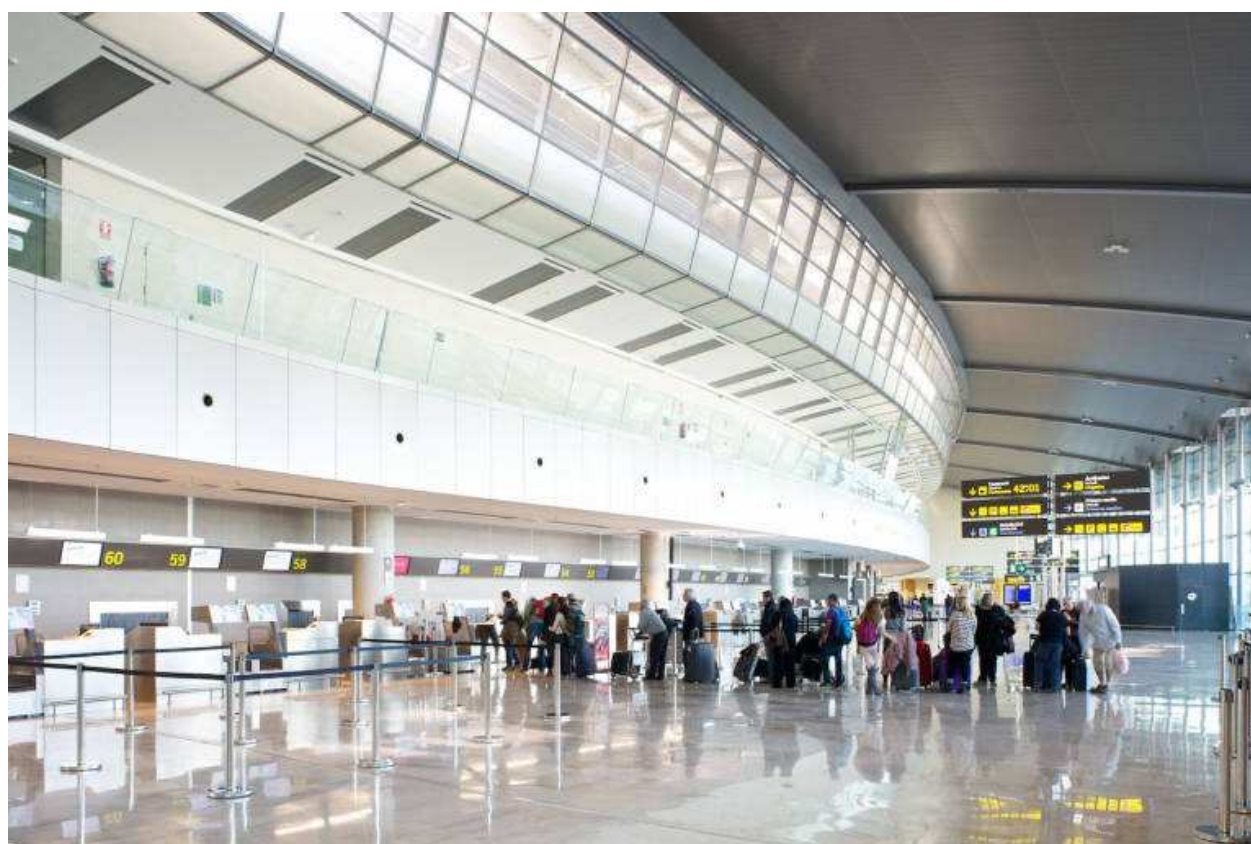
El incremento del 51% de las reservas desde EEUU se sitúa muy por encima de la media del 21% para el mercado extraeuropeo en los próximos seis meses. Otros países emisores de turistas extracomunitarios que crecen con fuerza en términos relativos son Basil, Colombia o Argelia, si bien su cuota de mercado se sitúa por debajo del 9% en todos los casos.

El tirón de la demanda indirecta estadounidense refuerza las gestiones de València para recuperar el enlace aéreo directo entre València y Nueva York que estuvo operativo entre 2009 y 2012. Durante los

meses de verano de esos cuatro años, **Delta Airlines** operó un vuelo sin escalas que, a pesar de funcionar con una ocupación media del 80%, fue cancelado hace cinco años por falta de rentabilidad.

Según datos de la consultora especializada Sabre Airline publicados por *Routesonline*, el mercado potencial entre València y Nueva York entre enero y septiembre de 2016 fue de 79.000 pasajeros, una media de 140 viajeros al día en cada sentido.

El regreso del València-Nueva York se ha convertido en una prioridad absoluta para **Turismo Valencia**, la fundación responsable de la promoción turística de la capital, y su división de promoción de rutas, **Fly Valencia**. Así lo refleja en su plan estratégico 2017-20, donde tras el importante aumento de las rutas de los dos últimos años, no se espera un gran crecimiento en conectividad, salvo algunas conexiones al Norte de Europa o la recuperación de Nueva York.



Aeropuerto de Valencia

Actualmente, el tráfico de viajeros desde o hacia EEUU se canaliza por alguno de los *hubs* -aeropuertos de conexión- con los que València ha logrado mejorar sensiblemente sus conexiones en los últimos años. Entre ellos destacan Madrid (29% de las escalas), París (27,7%) o Zurich como puntos de tránsito para Norteamérica.

Por aerolíneas, la demanda indirecta existente entre València y EEUU la cubren mayoritariamente Iberia, cuya franquiciada para vuelos regionales **Air Nostrum** ha potenciado las conexiones con Madrid, y Air France, que alimenta su *hub* de París con los pasajeros que capta en València gracias a su acuerdo con **Air Europa**.

En 2016, la oferta para el conjunto de *hubs* conectados con Valencia por aerolíneas como **Lufthansa**, **British Airways**, Air-France-KLM, **Turkish Airlines** o **Aeroflot** fue de 800.000 asientos. Mientras, las plazas en vuelos punto a punto -principalmente con aerolíneas de bajo coste- se elevó a 1.750.000. En total fueron más de 2,55 millones de asientos disponibles en vuelos internacionales.

La demanda inversa también crece

La demanda inversa también crece

El fuerte incremento previsto en la llegada de turistas estadounidenses está acompañado de un aumento de la demanda inversa desde el Aeropuerto de Valencia. Según Forward Keys, un tercio de las reservas ya formalizadas para los próximos seis meses tienen como destino EEUU, con un incremento del 2% respecto al mismo periodo del año pasado.

EEUU y China, este último con una cuota de mercado del 7% para el pasajero valenciano, son los principales destinos hasta agosto. Su evolución contrasta con la de destinos como Japón (4% de cuota) o Tailandia (8% de cuota) cuyas reservas van más retrasadas este año al decrecer un 7 y un 14%, respectivamente.