

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Turismo



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Estudi de la influència turística dels
festivals de música a la Comunitat
Valenciana”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Carles Macià Bosch Ros

Tutor/a:

Lluís Gaspar Miret Pastor

GANDIA, 2021

RESUM:

El turisme a la Comunitat Valenciana ha patit un destacat creixement durant els darrers anys. A part del turisme de sol i platja, hem mantés l'influència dels diferents tipus de turisme com el cultural, rural, esportiu, o inclús el gastronòmic. Amb tot això, tenim el turisme musical, és a dir, el turisme de festivals, amb el qual, basem aquest treball.

Aquest treball de fi de grau tracta d'abordar de quina manera, la pandèmia provocada pel COVID-19, ha afectat al turisme de festivals a la Comunitat Valenciana i quins possibles canvis es poden produir al panorama d'aquests esdeveniments.

PARAULES CLAU:

Turisme musical, festivals, viatges, turista, demanda.

ABSTRACT:

Tourism in the Valencian Community has grown exponentially in recent years. Apart from sun and beach tourism, the influence of the main types of tourism, such as cultural, sports or gastronomic, has been maintained. But one in particular stands out: música tourism, that is, festival tourism.

This final degree project seeks to address how the pandemic caused by COVID-19 has affected festival tourism in the Valencian Community and what possible changes may occur in the landscape of these events.

KEYWORDS:

Musical tourism, festivals, travel, tourism, demand.

Índex

Taula d'il·lustracions.....	6
1. Introducció	7
1.1. Objectius.....	8
1.2. Metodologia.....	8
1.3. Pla de treball	10
2. Concepte i antecedents del turisme de festivals	11
2.1. Festival de música: conceptes i definició	11
2.1.1. Concepte d'esdeveniment	11
2.1.2. Concepte de festival.....	11
2.1.3. Concepte de festival de música	12
2.2. Evolució dels festivals	12
2.2.1. Origen.....	12
2.2.2. Anys 60.....	12
2.2.3. Anys 70.....	14
2.2.4. Anys 80.....	14
2.2.5. Anys 90.....	15
2.2.6. Dels 2000 fins avui	16
3. Festivals de música en Espanya	17
3.1. Festivals celebrats a la Comunitat Valenciana.....	18
3.1.1. Arenal Sound.....	18
3.1.2. Festival Internacional de Benicàssim (FIB).....	19
3.1.3. Medusa Sunbeach Festival.....	19
3.1.4. Rototom Sunsplash Festival	20
4. Perfil del turista	22
4.1. Demanda nacional.....	22
4.2. Demanda estrangera	25
5. Impacte turístic.....	28
5.1. Visitants.....	28
5.2. Promoció del festival	30
6. Impacte de la COVID-19 a la indústria dels festivals de música.....	33
7. Conclusions.....	38
Bibliografia.....	40
Annexos	43
Enquesta assistents	43
Enquesta promotors	45

Taula d'il·lustracions

<i>Il·lustració 1 - Festival de Monterrey</i>	13
<i>Il·lustració 2 - Woodstock Festival</i>	13
<i>Il·lustració 3 - Glastonbury Festival</i>	14
<i>Il·lustració 4 - Monsters Of Rock</i>	15
<i>Il·lustració 5 - Daft Punk al Coachella</i>	15
<i>Il·lustració 6 - Primavera Sound</i>	16
<i>Il·lustració 7 - Tomorrowland Festival</i>	16
<i>Il·lustració 8 - Arenal Sound</i>	18
<i>Il·lustració 9 - Festival Internacional de Benicàssim</i>	19
<i>Il·lustració 10 - Medusa Sunbeach Festival</i>	20
<i>Il·lustració 11 - Rototom Sunsplash Festival</i>	21
<i>Il·lustració 12 - Distribució del volum dels viatges dels espanyols a la Comunitat Valenciana Font: Agència Valenciana de Turisme</i>	22
<i>Il·lustració 13 - Distribució de la demanda nacional segons el motiu del viatge Font: Agència Valenciana de Turisme</i>	23
<i>Il·lustració 14 - Distribució de la demanda nacional segons el motiu d'oci. Font: Agència Valenciana de Turisme</i>	23
<i>Il·lustració 15 - Distribució del volum de turistes internacionals a la comunitat valenciana a 2020 Font: Agència Valenciana de Turisme</i>	25
<i>Il·lustració 16 - Motius d'oci dels turistes internacionals a la Comunitat Valenciana a 2020. Font: Agència Valenciana de Turisme</i>	25
<i>Il·lustració 17 - Motiu del viatge dels turistes internacionals a la Comunitat Valenciana a 2020. Font: Agència Valenciana de Turisme</i>	25
<i>Il·lustració 18 - Distribució de les activitats més realitzades pels turistes internacionals a la Comunitat Valenciana a 2020. Font: Agència Valenciana de Turisme</i>	26
<i>Il·lustració 19 - Les marques més recordades pels assistents a l'Arenal Sound</i>	31

1. Introducció

A 2019 (INE, 2020), el turisme aportà 154.487 milions d'euros al PIB espanyol, és a dir, representà el 12,4% d'aquest. En relació al any anterior, provocà un augment d'un 1.2%. 2,7 milions de llocs de treball van ser creats, sent així durant un any més el sector que més aporta al PIB espanyol, seguit de la construcció i la sanitat.

L'INE, a l'estadística de Moviments Turístics a Fronteres (FRONTUR), mostrà que Espanya, a 2019, va rebre 83.7 milions de persones, un 1.1% més que l'any anterior. La Comunitat Valenciana fou la quinta comunitat autònoma amb més visitants (9.56 milions), darrere de Catalunya, les Balears, Canàries i Andalusia.

A març de 2020, el món sencer es confinà degut a la pandèmia global ocasionada pel virus de la SARS-CoV-2 (COVID-19). Es tancaren fronteres a la majoria de països, incloent Espanya, reduint a zero qualsevol tipus de turisme possible. Açò provocà, òbviament, la cancel·lació o suspensió de qualsevol esdeveniment que reunira gran quantitat de gent, especialment els festivals de música i concerts.

Avui dia, a 2021, s'estan organitzant concerts i festivals en alguns països seguint les mesures per evitar el contagi del virus, encara que, sobretot, es realitzen per estudiar una possible tornada gradual de aquest multitudinaris esdeveniments d'oci musical. Per tant, no s'espera que es provoque una arribada massiva de persones que duen més d'un any esperant "anar-se'n de festival" aquí a la Comunitat Valenciana.

El govern de la Generalitat junt amb les conselleries corresponents (Sanitat, Cultura,...) hauran de treballar conjuntament i de forma eficaç per establir les condicions d'aquesta "tornada a escena" fins que les condicions sanitàries siguin optimes, així com millorar la sostenibilitat ecològica de cada festival per tal de respectar el medi ambient on es realitzen.

El turisme està canviant contínuament, permetent nous tipus de turisme desenvolupar-se i créixer. Un dels exemples més clars que proven aquest fet és el turisme musical, més concretament, el turisme de festivals. Aquest s'originà als anys 90 i, abans de la pandèmia estava vivint el moment de major auge. El turisme de festivals es descriu com la reunió de assistents a un macro esdeveniment de concerts que es celebra en un mateix lloc i té una durada determinada. D'aquesta manera, s'atrau un major nombre de persones a la zona, permetint el municipi on es celebra, mostrar els recursos turístics dels que disposa.

1.1. Objectius

L'objectiu principal d'aquest projecte és realitzar un estudi i posterior anàlisi de la importància que els festivals han tingut durant els darrers anys dins el turisme valencià i preveure com podria desenvolupar-se el sector del turisme de festivals a un escenari post-COVID.

Els objectius secundaris que es pretenen complir son:

- Anàlisi de l'oferta existent, és a dir, plasmar els diferents festivals celebrats arreu del territori valencià, junt amb l'oferta d'allotjament, infraestructures i serveis, com l'oci, del que disposa la localitat en qüestió.
- Caracterització de la demanda turística, tractant de descriure el turista model que assisteix a un festival.
- Proposta d'accions per promoure la marca Mediterranean Fest i Mediterranean Music tant dins com fora d'Espanya.
- Anàlisi de quin panorama post-COVID es poden trobar els festivals de música

1.2. Metodologia

La metodologia que s'ha seguit per realitzar aquest projecte és la següent:

- **Articles de premsa i revistes musicals:** Aquestes fonts d'informació s'han usat, principalment, per a les qüestions més recents com l'efecte de la crisi sanitària del COVID-19 a la indústria dels festivals de música. Alguns dels articles de premsa més usats s'han obtinguts de periòdics digitals com La Vanguardia, El Mundo o Valencia Plaza. En relació a les revistes digitals, hem de mencionar Wololo Sound, d'on hem extret gran part de la informació més actual sobre el tema estudiat.
- **Pàgines web oficials dels festivals i associacions d'empreses implicades:** En aquest sentit, destaquem l'Associació de promotors musicals de la Comunitat Valenciana (MUSICAPROCV), d'on s'ha extret gran part de la informació utilitzada per al present projecte, amb dades tant qualitatives com quantitatives.

D'altra banda, també s'han consultat articles d'associacions empresarials com Hosteltur o la pàgina web de la Agència Valenciana de Turisme, web la qual ha servit, principalment, per extreure les estadístiques i els gràfics usats al llarg d'aquest document. També, hem fet ús de les pàgines web

oficials, especialment les pàgines de l'Arenal Sound i el Medusa Sunbeach Festival, ja que són les que disposen de més informació útil en comparació a les de la resta de festivals estudiats.

- **Treball de camp d'autoria pròpia:** S'han elaborat dues enquestes realitzades amb l'objectiu de conèixer algunes de les característiques dins la demanda dels festivals de música, entre altres factors. Una d'elles s'ha realitzat a 3 promotors de festivals de música plantejant-se aquesta com una entrevista oberta ja que s'ha emprat per aprofundir més en el tema a tractar. D'altra banda, se n'ha realitzat altra a 35 persones per saber què opinen, com a assistents a festivals, sobre la situació d'aquests i el futur del sector dels festivals de música.

A continuació, explicaré i justificaré breument l'estructura del treball:

- **Plantejament inicial:** Aquest primer apartat tracta de justificar el tema tractat al treball, així com els principals objectius i les fonts d'informació usades. Es tracta d'un espai basat en els plantejaments i coneixements de l'autor, excepte algunes dades objectives extrets de l'INE i Hosteltur.
- **Turisme de festivals:** Dins aquest epígraf, s'estudia el concepte de festivals de música i com han anat evolucionant, des dels orígens, per contextualitzar-los a nivell nacional i internacional. Per abordar l'apartat, s'ha dut a terme una recerca bibliogràfica exhaustiva d'informació i dades a les prèviament mencionades pàgines web, articles de premsa digitals i revistes musicals.
- **Efectes de la crisi sanitària del COVID-19 al sector i perspectives de futur:** Aquesta part del treball exposa quines estratègies i línies d'actuació s'estan assumint per part de les empreses promotores dels festivals amb motiu de la crisi mundial provocada pel COVID-19 i, també, s'oferiran algunes propostes pel futur d'aquests esdeveniments. La informació d'aquest apartat s'ha obtingut principalment a revistes musicals, articles de premsa i a les pàgines web d'associacions d'empreses promotores.
- **Conclusions:** Finalment, es resumiran els aspectes més importants del treball i s'exposarà la valoració personal de l'autor pel que fa al tema tractat.

En relació a les tècniques d'investigació usades, s'ha contactat amb persones relacionades amb aquest món: promotors de festivals, com de personal administratiu de l'Ajuntament d'algun dels municipis on es celebra algun d'aquests.

1.3. Pla de treball

Per aconseguir els objectius proposats, s'han establert les següents tasques:

- Documentació bibliogràfica i anàlisi sobre els festivals (60h)
- Estudi i redacció de conclusions (60h)
- Entrevistes amb els promotors i productors i anàlisi d'aquestes: cost d'un festival, pèrdues per la pandèmia, futur dels festivals.(60h)
- Preparació de la presentació i la defensa el TFG (30h)

Total: 210 hores

2. Concepte i antecedents del turisme de festivals

2.1. Festival de música: conceptes i definició

2.1.1. Concepte d'esdeveniment

Segons la RAE, el concepte d'esdeveniment es defineix com un succés important i programat, d'índole social, acadèmica, artística o esportiva.

Si ens basem en els criteris que aquests han de complir per ser considerats com esdeveniments, podem diferenciar entre: esdeveniments en directe (comunicació en viu), efímers (irrepetibles i singulars), presencials (o virtuals) i col·lectius (dirigits a un públic determinat), que es dissenyen a mida i que compten amb una important càrrega emocional i empírica que pretén donar una resposta determinada a aquest públic objectiu.

En aquest sentit, cal destacar la creixent celebració d'esdeveniments telemàtics que s'estan duent a terme darrerament en la societat com a conseqüència de l'actual crisi provocada pel COVID. Aquests no poden arribar a celebrar-se de manera presencial a hores d'ara, però així i tot, es segueixen considerant com a tal.

2.1.2. Concepte de festival

La RAE defineix un festival com una «festa, especialment musical» i, també, com «conjunt de representacions dedicades a un artista o a un art».

L'OMT (Organització Mundial del Turisme) considera els festivals com un tipus de turisme, degut a que inclouen diferents activitats que es realitzen fora del seu entorn habitual i tenen una durada inferior a un any.

Si ens enfoquem en la definició dels criteris perquè un esdeveniment siga considerat com a festival, es caracteritzen per:

- Oferir una programació artística singular de forma intensiva.
- Ser un esdeveniment públic (no tancat a un col·lectiu predeterminat).
- Tenir caràcter periòdic (anual o cada cert any) i una durada temporal limitada.
- Ser reconegut per un nom de marca específic.

2.1.3. Concepte de festival de música

Segons Bonet (Bonet, 2011), s'estableixen les següents característiques per considerar-se un festival de música:

- Representació d'un mínim de 6 concerts diferents.
- Durada mínima de 12 hores seguides o 2 dies.
- Superar les tres edicions celebrades.
- No han de formar part de la programació estable del lloc en el qual es desenvolupen (a menys que tinguen una identitat pròpia i prolongació en el temps), ni estar inclosos en les festes patronals dels respectius municipis.
- Seran exclosos els esdeveniments tancats als quals només es puga assistir mitjançant invitació, així com les gales, certàmens de premis ...

2.2. Evolució dels festivals

2.2.1. Origen

L'origen dels festivals el situem a l'antic Egipte, cap al 4.500 aC, on els egipcis realitzaven festes amb dansa i música en honor als deus. Temps més tard, els grecs i els romans també celebrarien aquest tipus de festes.

A 1897, a Dublín, es celebrava el primer festival de música. S'anomenava el Feis Ceoil, i es caracteritzava per ser, exclusivament, de música irlandesa. Actualment, es segueix celebrant.

2.2.2. Anys 60

Els anys 60 marcaren un punt d'inflexió dins el panorama musical. Durant aquesta dècada, es varen succeir un sèrie de fets històrics que agitaren una revolta cap al pacifisme, el qual tractava de combatre els conflictes armats i lluitava pels drets civils. Alguns d'aquests fets foren: la Guerra de Vietnam i la Crisi dels Míssils o l'assassinat de Martin Luther King, Malcom X i dels germans Kennedy.

A partir d'aquí, la música va ser una peça fonamental tant per la unió de cultures com per la representació de diferents corrents polítiques. Bob Dylan, The Beatles o Jimi Hendrix van ser els artistes més representatius d'aquesta època. Va ser l'inici dels festivals musicals com els coneguem avui en dia.

2.2.2.1. *Festival de Pop Internacional de Monterey*

A Juny de 1967, es celebrà el Festival de Pop Internacional de Monterey, considerat el primer festival de la història dels festivals, tal i com els coneguem



avui en dia. Va reunir unes 200.000 persones, sent també el primer a reunir tanta gent en un únic lloc i sense distingir persones blanques o negres. El festival fou íntegrament benèfic, ja que tots els artistes tocaren gratuïtament (a excepció de Ravi Shankar) i els beneficis foren destinats a la caritat.

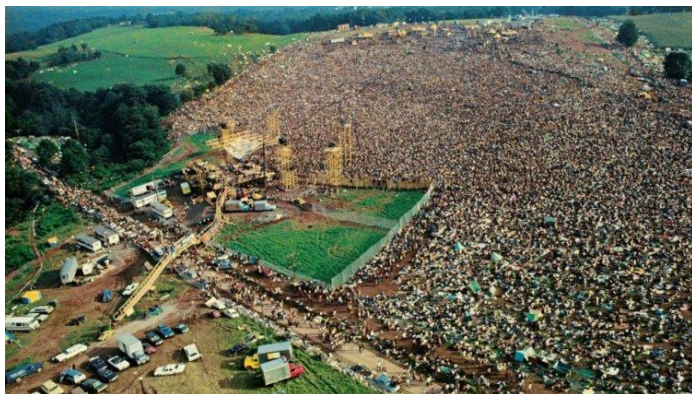
Il·lustració 1 - Festival de Monterey

A un mateix escenari, es pogueren veure les actuacions de The Who, The Animals, The Beatles o Jimi Hendrix, el qual fou contractat gràcies a la insistència de Paul McCartney. Encara que Janis Joplin passà a la història, junt el seu grup Big Brother and The Holding Company, gràcies a la seva versió de "Ball and Chain". Per altra banda van haver grans absències com la dels Rolling Stones o Eric Clapton, manager del qual el va fer creure que el festival no crearia gran ressò.

2.2.2.2. *Woodstock Music & Art Fair*

Just dos anys després, a 1969, a Woodstock (Estats Units d'Amèrica), es celebraria un festival similar al de Monterey, però la majoria dels seus habitants s'oposaren a l'organització de l'acte. Degut a açò, s'hagué de traslladar el festival a una granja a la localitat de Bethel.

Woodstock fou un esdeveniment sense precedents, tant pel nombre massiu de gent que va assistir com per les actuacions històriques que allí es van veure. Al voltant de 700.000 persones han confirmat haver assistit, de les quals només 60.000 eren aquelles que l'organització esperava.



Il·lustració 2 - Woodstock Festival

Es programaren 33 concerts, però només es celebraren 32 degut a que el grup *Iron Butterfly* es quedà sense helicòpter per arribar a la granja, (segons la versió oficial), encara que la versió amb més pes compta amb una discussió al aeroport entre els membres del grup i decidiren no assistir.

A més a més, John Lennon no va permetre que The Beatles actuaren, ja que demanava que els *Yoko Ono's Plastic Band* (el grup de Yoko Ono) hi actuaren, però la organització ja havia rebutjat la participació; *The Doors* rebutjà la invitació argumentant que, si es celebrava a Nova York, s'hauria de celebrar a Central Park, no a una granja; *The Byrds* es negà, des del principi, degut a que no anava a cobrar res per l'actuació al festival.

2.2.3. Anys 70

2.2.3.1. *Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts*

A 1970, acudiren 1500 persones a l'aïllament conegut com a Pilton Festival celebrat a una granja de Somerset (Anglaterra). Es caracteritzà tant pel tamany i la naturalesa del festival durant tres o quatre dies amb els artistes, l'equip i els assistents a tendes de campanya, caravanes i autocaravanes.



Il·lustració 3 - Glastonbury Festival

La fama que va adquirir aquest festival fou degut a la decisió d'incorporar diferents tipus d'art, a part de concerts musicals. Les diferents manifestacions artístiques, a part de la música, eren: la dansa, el teatre i la poesia. Aquests estaven principalment influenciats pel moviment *hippie* i de l'amor lliure.

Actualment, el festival rep al voltant d'uns 150.000 persones, esgotant-se les entrades unes hores després d'eixir.

2.2.4. Anys 80

2.2.4.1. *Monsters of Rock*

La dècada dels 80 fou una època poc homogènia pels festivals de música, així i tot, el Monsters of Rock fou el festival amb més èxit de la dècada. Es va realitzar al circuit de carreres de Donington Park a Leicestershire (Regne Unit).

Va reunir al voltant de 35.000 persones a la primera edició, elevant-se aquesta xifra als 107.000 assistents l'any 1988.



Il·lustració 4 - Monsters Of Rock

El festival es mantingué actiu des de 1980 fins 1996, amb excepció de 1989 i 1996. A partir de 1983 a l'Alemanya Occidental es celebrà de manera paral·lela a l'edició anglesa; l'any següent a Suècia i al 1987 a Itàlia, arribant també a Espanya i als Països Baixos un any després.

Alguns dels grups més famosos que passaren per les diferents edicions dels festival van ser: The Scorpions, AC/DC, Van Halen, Bon Jovi, Metallica, Ozzy Osbourne, Motörhead, Iron Maiden, Kiss i Guns N' Roses.

A la dècada dels 90, degut a l'aparició de diversos i nous estils musicals, el públic preferia els festivals on sonava aquests estils. L'equip de Monsters of Rock considerà a 1997 acabar amb el festival. Així i tot, a 2003 va néixer el Download Festival considerat el successor del Monsters Of Rock.

2.2.5. Anys 90

2.2.5.1. Coachella

Concretament a 1999, sorgí el Coachella Festival ajuntant dins un únic cartell els grups *mainstream* més exitosos del moment. A la primera edició, va rebre uns 75.000 assistents, fins les 200.000 persones a 2019. La posada en escena, l'aparició sorpresa d'algun cantant junt amb l'ambient que es crea entre el públic fa d'aquest un dels imprescindibles dins del món dels festivals avui en dia.

Els artistes amb més renom que més han sorprès amb les seves actuacions son Beyonce, Daft Punk, Ariana Grande, Childish Gambino, entre d'altres. A més a més, l'edició de 2012 fou la més famosa, ja que Tupac (raper americà assassinat el 1996) va eixir al escenari junt Snoop Dog i Dr. Dre per mitjà d'un holograma; junt amb aquest fet, es troba l'actuació de Daft Punk realitzada dins una piràmide íntegrament construïda amb llums LED.



Il·lustració 5 - Daft Punk al Coachella

2.2.6. Dels 2000 fins avui

2.2.6.1. *Primavera Sound*

Establert a Barcelona, celebrà la seva primera edició l'any 2001 a Poble Espanyol, la seu del qual canviaria el 2005 al Parc del Fòrum. Considerat, junt al Coachella, la meca de la música independent, concentra molts estils i gèneres, cosa que permet veure una gran varietat d'artistes.



Il·lustració 6 - Primavera Sound

L'edició de 2003 va rebre més de 24.000 persones, quasi 7.000 visitants més que l'anterior. L'última edició celebrada, a 2019, va registrar una audiència de 220.000 espectadors, mantenint així el mateix registre de l'edició anterior. Amb açò, es col·loca dins del rànquing dels millors festivals d'Espanya, gràcies als preus més econòmics que els seus competidors més directes (tant nacionals com internacionals) i a comptar amb «*grans estrelles*» als seus cartells.

2.2.6.2. *Tomorrowland*



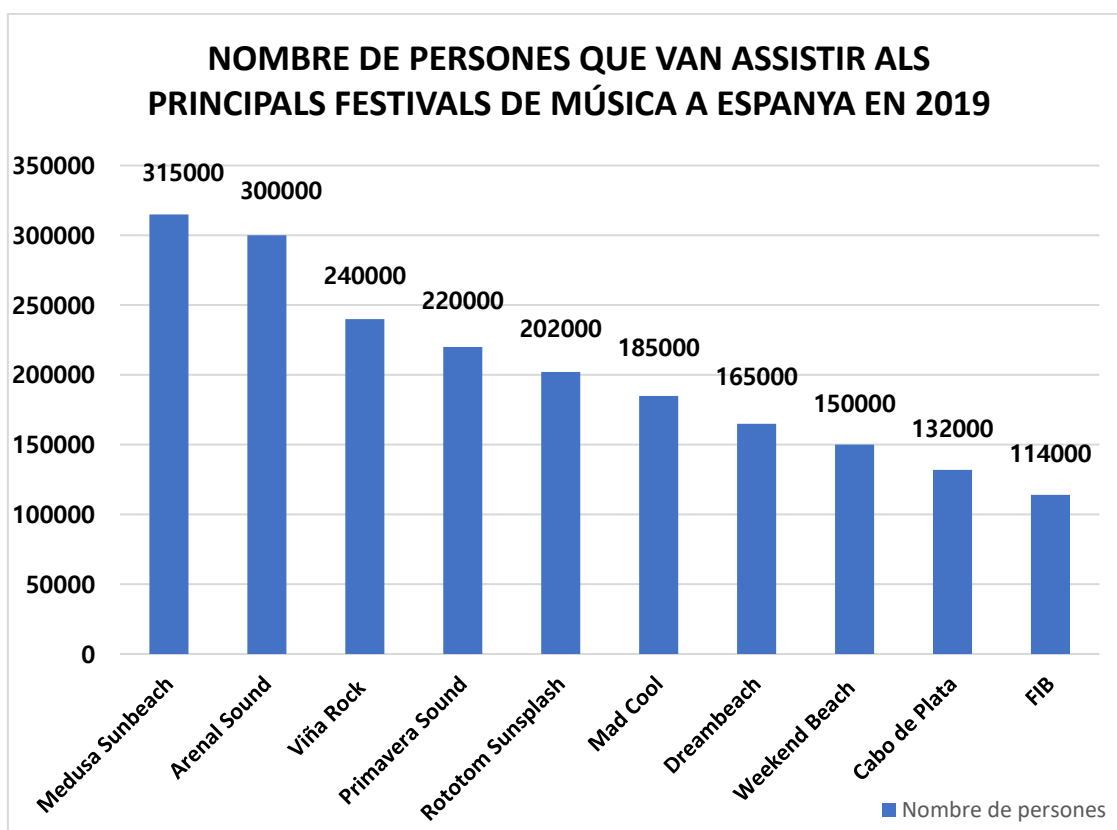
Il·lustració 7 - Tomorrowland Festival

L'èxit de la música electrònica es localitza a Tomorrowland on, des de 2005, es celebra el festival més gran del planeta aollint anualment unes 400.000 persones provinents de 200 nacionalitats distintes. El emplaçament d'aquest és Boom, un municipi de Bèlgica d'uns 18.000 habitants. Fou el primer que va centrar tot el seu cartell en aquest gènere musical, acompanyant-ho de llums i tecnologia que recorden un món ple de màgia i fantasia, fent de l'estància al festival una experiència única.

3. Festivals de música en Espanya

Actualment, Espanya ofereix un gran nombre de festivals, sent celebrats, els més importants, a la costa mediterrània. Els primers festivals que es realitzaren al territori espanyol sorgiren als 90, inclús alguns d'aquests, segueixen actius mantenint cada any el propi prestigi per haver-ne sigut precursors. La resta ja no es celebren, ja siga per tindre una rendibilitat econòmica o per no tindre el pressupost necessari per realitzar-lo els anys vinents.

A la taula següent, es mostren el rànquing dels 10 festivals que varen captar més assistents en Espanya durant l'any 2019, segons les dades extretes de Statista.



Taula 1 - Assistents als festivals de la Comunitat a 2019. Font: Statista

Com podem observar al gràfic anterior, la majoria de festivals que es detallen a la llista, es celebren a la Comunitat Valenciana, produint així una influència turística positiva al municipi on es realitzen. Tot açò indica que els festivals que es celebren al nostre territori acaben per tindre més afluència d'assistents, degut a la recurrència anual d'aquests, cosa que ha provocat que siguen coneguts internacionalment.

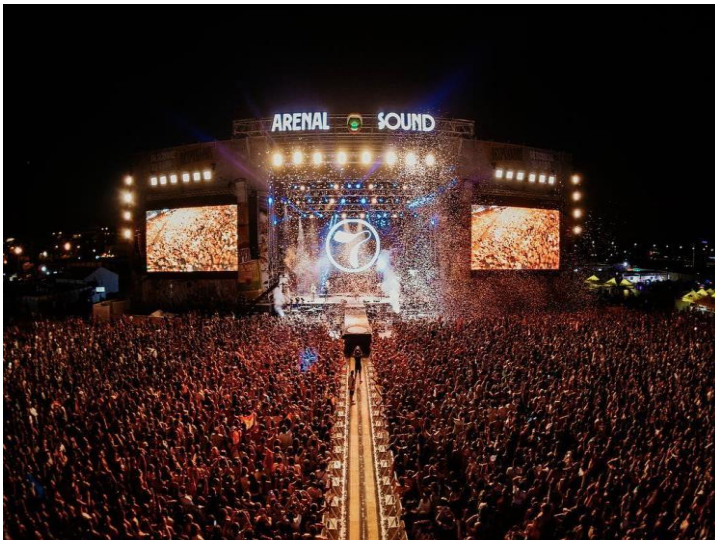
3.1. Festivals celebrats a la Comunitat Valenciana

La Comunitat Valenciana és una comunitat autònoma d'Espanya, localitza a l'est de la Península Ibèrica. Està dividida en 3 províncies: Castelló, València i Alacant i la seva capital és la ciutat de València. Cobreix una superfície d'uns 23.255 km² i té una població d'uns 5.000.000 habitants, segons les dades obtingudes a 2020. Econòmicament, la Comunitat Valenciana aportà al PIB uns 115.456 milions d'euros l'any 2019.

Els festivals més importants celebrats a la Comunitat, segons el nombre d'assistents, son: Arenal Sound, Festival Internacional de Benicàssim (FIB), Medusa Sunbeach Festival i el Rototom Sunsplash Festival. A continuació, detallarem cadascun dels anteriors:

3.1.1. Arenal Sound

L'Arenal Sound és un festival de música independent, música electrònica i la mescla d'aquests, que es celebra a la platja de Borriana, una localitat de la província de Castelló. Actualment és un dels festivals més visitats d'Espanya, amb més de 300.000 assistents a l'última edició.



Il·lustració 8 - Arenal Sound

La seva primera edició es celebrà l'última setmana de Juliol el 2010, encara que, no fou fins 2014 que, es convertí en el festival més massiu d'Espanya. A 2011, ja provocà un impacte econòmic d'uns 12 milions d'euros i creà 650 llocs de treball. A 2013, es convertí en un dels més importants d'Espanya en quant a nombre d'assistents.

A 2014, passà a ser el més massiu amb el pas de 280.000 persones durant la celebració d'aquest. A partir de 2016, en canvi, es van assolir els 300.000 assistents consecutius durant les següents 3 edicions.

El cartell del festival ha anunciat els concerts d'artistes tan famosos com: Calvin Harris, Kaiser Chiefs, Love of Lesbian, Steve Auri, The Kooks, Mika, Martin Garrix, C Tangana, Bad Gyal, Bad Bunny o Dimitri Vegas & Like Mike.

3.1.2. Festival Internacional de Benicàssim (FIB)

El Festival Internacional de Benicàssim és un festival de música independent, pop, rock i electrònica, entre d'altres molts estils. Es celebra a la localitat de Benicàssim, a la província de Castelló, cada any des de 1995, el qual fins 2005 es realitzava al primer cap de setmana d'agost, encara que a partir d'aquell any, s'hagué de traslladar a la tercera setmana de juliol degut a l'aglomeració de turistes al voltant d'eixes dates a la zona.

És un dels festivals més importants del territori espanyol junt amb el Primavera Sound, l'Arenal, el Medusa Sunbeach, el Rototom Sunsplash, el Viña Rock i el BBK Live.



Il·lustració 9 - Festival Internacional de Benicàssim

El FIB es caracteritza per la seva orientació cap a tendències innovadores, davant la resta de festivals espanyols, els quals estan més enfocats cap

a un públic i estils musicals concrets. Cal destacar, també, que és un dels festivals amb major projecció internacional, sent suficient el seu renom a nivell europeu com per atraure una copiosa xifra de visitats de països veïns.

3.1.3. Medusa Sunbeach Festival

El Medusa Sunbeach Festival (Festicket, 2021) és un festival de música electrònica dirigit, especialment, a un públic jove d'entre 16 i 35. Es celebra cada any a la platja de Cullera, una localitat a la província de València a la primera d'agost des de l'any 2014, motiu pel qual està considerat com un festival molt «jove».

Els diferents estils de música que es tracten al festival son: l'EDM, techno, hardstyle, dubstep, indie, remember i trap, sent els quatre primers els estils amb més presència als cartells cada any.



Il·lustració 10 - Medusa Sunbeach Festival

A part de la abundant oferta d'estils que posseeix, Medusa Sunbeach Festival és famós per la seua gran inversió any rere any en la producció i posada en escena, ja que a cada edició, el festival té una temàtica diferent, escenari del qual ha de construir-se de forma adient al tema corresponent.

L'any 2019, va rebre 315.000 assistents, deixà un impacte econòmic a la localitat de més de 25 milions d'euros, provocà el quasi 100% de la ocupació hotelera i creà més de 3.000 llocs de treball, tant de forma directa com indirecta, segons les dades que ofereix l'Ajuntament de Cullera. Aquest fet el convertí en el festival més gran d'Espanya en quant a volum d'assistents, per davant de l'Arenal Sound i el Viñarock.

3.1.4. Rototom Sunsplash Festival

El Rototom Sunsplash (Indyrock, 2014) és el festival de música reggae més gran, aclamat i històric d'Europa. Es celebra a Benicàssim, una localitat a la província de Castelló, cada estiu des de l'any 2010, encarà que es va fundar a Gaio di Spilimbergo (Itàlia) en 1994. Durant tota la trajectòria del festival fins avui, s'han pogut veure les actuacions de grups com: Ramones, Inner Circle, Africa Unite, Burning Spear, Major Lazer o Damian Marley, fill del conegut cantant y compositor Bob Marley.

El motiu del trasllat a Benicàssim l'any 2009, després d'una roda de premsa on s'anuncià que el festival deixava Itàlia, fou degut a la investigació que es va obrir per la suposada violació del article 79 dins la Llei Fini-Giovanardi per part del festival, castigant aquells que "en fan servir o permeten que s'utilitzi un club públic o privat de qualsevol tipus com a lloc de reunió per a les persones que l'utilitzen per a l'ús de substàncies narcòtiques o psicotròpiques".

Aquesta llei fou aprovada pel govern de Berlusconi al 2006 i equiparava les drogues dures i les lleugeres i assignava sancions que arribaven fins els 20 anys de presó i una multa de 260.000€ per la venda de cannabis. A l'agost de 2011, Demetrio Condello, el cap dels Carabinieri, va ser detés acusat de detenció il·legal i tràfic de drogues. Fou declarat un dels promotors de les operacions "antidrogues" realitzades als assistents de l'última edició que es celebrà a Itàlia. La condemna, que es publicà a 2013, li atribuïa quatre anys de presó i una multa de 18.000€.

Així mateix, al febrer de 2014, la llei va ser declarada inconstitucional i, consegüentment, derogada per “no distingir entre drogues dures i lleugeres, a més de contribuir a la saturació de la presons a Itàlia amb persones condemnades a penes de presó pel consum de cànnabis”. (La informació, 2014)



Il·lustració 11 - Rototom Sunsplash Festival

A 2010, va rebre el reconeixement i el patrocini de l'UNESCO com «Esdeveniment Emblemàtic de la Dècada Internacional per una Cultura de Pau i No Violència». 3 anys després, a 2013, el festival contava amb la presència de la Nobel de la Pau Shirin Ebadi, els periodistes Rosa Maria Calaf, Carlos Carnicero i Leticia Iglesias, els actors Leo Bassi i Willy Toledo, entre d'altres.

4. Perfil del turista

La OMS defineix com a turista “aquella persona que es trasllada del seu entorn habitual a un altre punt geogràfic, estant per tant, fora del seu lloc de residència habitual durant més de 24 hores”. Tanmateix, considera viatger “tota persona que es mou d’un lloc a un altre”, diferenciant-se així del turista, ja que aquest ha de pernoctar fora del lloc habitual.

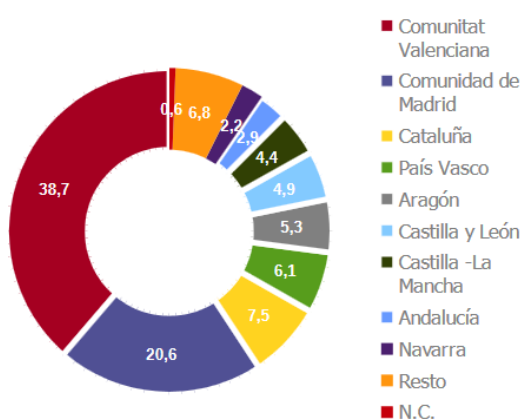
Espanya posseeix una infraestructura excel·lent al sector serveis, fet que converteix en un país turístic. Milions de turistes atrets pels paisatges, platges, situació climàtica, la gastronomia i el patrimoni cultural i artístic, ens visiten cada any.

Cada any, l’OMT realitza l’informe “Panorama del turismo internacional”, amb el qual, analitza la situació del turisme al món mostrant, amb dades estadístiques i gràfics, l’evolució del turisme durant l’any anterior.

A l’informe de l’any 2019 (OMT, 2020), es mostrà Espanya com un dels països més «rics» en relació al turisme: s’ingressaren 80.000 milions d’euros, situant-se al segon lloc del rànquing mundial d’ingressos turístics per darrere dels Estats Units d’Amèrica; arribaren 84 milions de turistes, sent aquesta xifra un 1% major que a 2018, situant Espanya al segon lloc de la llista dels deu destins principals per arribades de turistes internacionals, per darrere de França.

L’Agència Valenciana de Turisme (AVT) realitza, també, una estadística anual per situar la Comunitat Valenciana dins el marc turístic tant nacional com internacional.

4.1. Demanda nacional



Il·lustració 12 - Distribució del volum dels viatges dels espanyols a la Comunitat Valenciana Font: Agència Valenciana de Turisme

L’any 2020, la Comunitat Valenciana fou el destí de 11.606.202 residents espanyols, establint-se durant una mitjana de 5.2 dies, posicionant-se entre les destinacions amb més dies d’estància, junt amb les Balears amb 4,8 dies. (Agència Valenciana del Turisme, 2020)

El 42.11% del total van ser viatges de cap de setmana i un 19.84% del total pertany als viatges per vacances d’estiu.

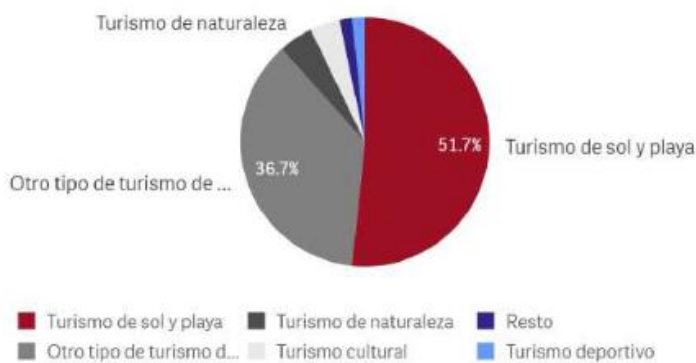
Estudi de la influència turística dels festivals de música a la Comunitat Valenciana

Com podem observar al gràfic, els residents a la Comunitat Valenciana van ser els principals turistes dins la pròpia Comunitat, representant un 59.8 % del total de viatges, seguits pel residents a la Comunitat de Madrid (16.3%), Castilla-La Mancha (6.6%), Catalunya (3.7%) i Murcia (3.4%).



Il·lustració 13 - Distribució de la demanda nacional segons el motiu del viatge Font: Agència Valenciana de Turisme

Considerant el motiu pel qual es realitzen, un 55.6% dels viatges a la Comunitat Valenciana es deuen a oci i vacances, seguits pels viatges per visitar a familiars o amics (33%).



Desglossant el motiu de oci i vacances, destaquem que el principal motiu fou el turisme de sol i platja, sent aquest el 51.7% d'aquests.

D'altra banda, el motiu minoritari fou per fer turisme cultural, representant el 3.9% del total.

Il·lustració 14 - Distribució de la demanda nacional segons el motiu d'oci. Font: Agència Valenciana de Turisme

Els espanyols a 2019 gastaren 9.901 milions d'euros viatjant a la Comunitat Valenciana. Aquesta xifra inclou transport, allotjament, restauració, oci, etc.

En quant a la despesa per viatge, s'estimen uns 194 euros, acumulant una disminució d'un 2.6% respecte al valor de l'any anterior. La despesa mitjana diària també ha disminuït (-20.3%), establint-se en 31.32 euros. Si considerem el turista de sol i platja, la despesa mitjana diària d'aquest es de 283.6 euros; el turista cultural deixa, de mitjana diària, uns 78.1 euros i el turista que realitza activitats esportives deixa, de mitjana diària, uns 77.8 euros.

Aquesta taula conté els aspectes sociodemogràfics més representatius del turista nacional que viatja a la Comunitat Valenciana:

Any 2020	
Edat	15 a 29 anys: 22.2 % 30 a 44 anys: 33.6 % 45-64 anys: 33.2 % Majors de 65 anys: 9.6 %
Situació Econòmica	Ocupat: 42.1 % Parat: 9.3 % Estudiant: 5.3 % Jubilat o pensionista: 3.2 %
Estudis	Primaris o inferior: 5.3 % Secundaris: 46.6 % Superiors: 47.7 %
Sexe	Homes: 49.8 % Dones: 50.2 %

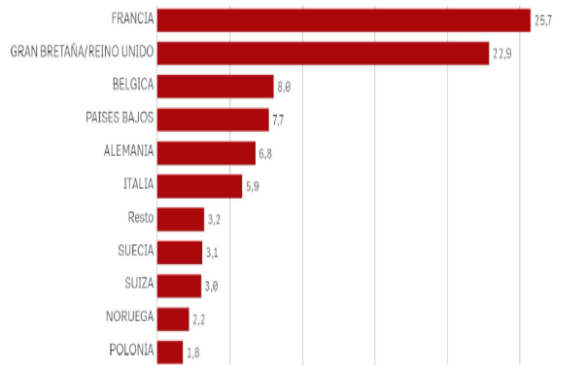
Taula 2 - Dades sociodemogràfiques del turista nacional a 2020. Font: Agència Valenciana de Turisme

La Red Tourist Info elabora un informe anual amb les estadístiques dels resultats que s'obtenen a les enquestes que realitzen als turistes que visiten, com a mínim, una Oficina de Turisme de la Comunitat Valenciana. D'aquesta manera, s'obtenen des de dades sociodemogràfiques dels visitants com valoració de les oficines, serveis prestats i el municipi visitat per tal d'usar-la com a recollida de suggerències o possibles millores o canvis d'allò que calga per augmentar el nombre de visitants i fomentar els recursos dels que se'n disposa.

La valoració mitja global que s'ha obtés després de recollir i analitzar els resultats de les enquestes realitzades durant 2020 és 9.22 sobre una nota de 10. Cal dir que aquest any, degut a la situació sanitària de pandèmia provocada pel COVID-19, a més a més de la valoració del municipi i els serveis, s'ha preguntat sobre: la valoració de la seguretat COVID-19 de l'oficina Tourist Info, valoració de la seguretat COVID-19 de l'oferta i de les instal·lacions turístiques i d'oci del municipi i valoració de la seguretat d'instal·lacions i protocols anti covid-19 de l'oficina.

4.2. Demanda estrangera

La Comunitat Valenciana fou visitada per 2.542.875 turistes procedents de fora d'Espanya, establint-se durant una mitjana de 10.3 dies.

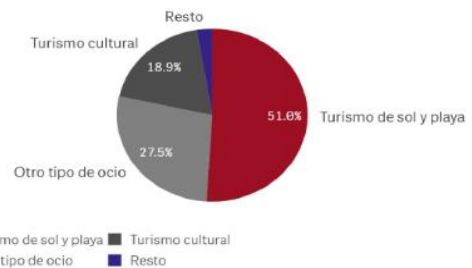


Il·lustració 15 - Distribució del volum de turistes internacionals a la comunitat valenciana a 2020. Font: Agència Valenciana de Turisme

El principal mercat d'origen ha estat França, representant el 25.7% del total, seguit pel Regne Unit, amb un 22.9%, Bèlgica, amb un 8% i els Països Baixos, amb un 7.7%.

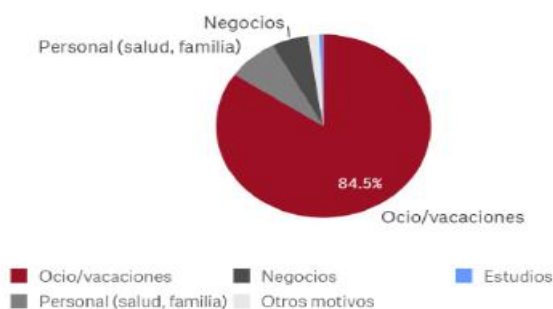
Els principals motius d'aquests viatges van ser, principalment, l'oci i vacances (84.5%), junt amb els personals (salut, familiar...) i per negocis.

Els viatges d'oci i vacances constaren, en un 51%, de turisme de sol i platja; el 27.5% van ser viatges amb altres tipus d'oci; el 18.9% fou turisme cultural i el 2.6% en fou la resta.



Il·lustració 16 - Motius d'oci dels turistes internacionals a la Comunitat Valenciana a 2020. Font: Agència Valenciana de Turisme

El tipus d'allotjament preferit pels turistes estrangers que visiten la Comunitat Valenciana segueixen sent els hotels i similars, suposant el 36.3% de les reserves; les vivendes familiars o d'amics es situen al segon lloc, amb el 24.0%; les vivendes en propietat es troben al tercer lloc de preferència, sent el 21.0% i, per últim, es troba el lloguer d'allotjament, amb el 14.4% del total.

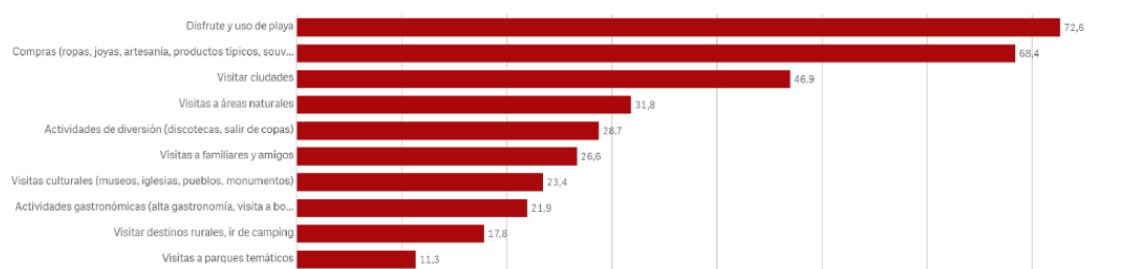


Il·lustració 17 - Motiu del viatge dels turistes internacionals a la Comunitat Valenciana a 2020. Font: Agència Valenciana de Turisme

Les pernoctacions, com estància a allotjament privat, tenen una alta importància, significat el 71.85% de l'allotjament dels turistes a la Comunitat, tot i que s'han disminuït en un 72.4% en relació al mateix valor l'any 2019.

Aquesta reducció del nombre de pernотacions, tant a l'allotjament privat com a l'allotjament turístic, es deu a les restriccions imposades als viatges internacionals pel Govern espanyol per la situació d'emergència amb la COVID-19, com la prohibició d'entrada al nostre país de turistes de diversos països europeus. Açò s'ha vist reflexat, també, en la llista dels països dels que rebem més turistes, comparant aquesta amb la de l'any passat.

Un 72.6% dels viatges van ser per gaudir del sol i la platja, seguit del turisme de compres, comprnent el 68.4% d'aquests. A la gràfica següent, es detallen les activitats que més han realitzat els turistes estrangers:



Il·lustració 18 - Distribució de les activitats més realitzades pels turistes internacionals a la Comunitat Valenciana a 2020. Font: Agència Valenciana de Turisme

El 68.5% dels turistes utilitzà l'avió com a mitjà de transport per visitar la Comunitat Valenciana, davant el 30.3% que es desplaçà per carretera. Dins els passatgers que usaren l'avió per arribar a la Comunitat Valenciana, un 16.43% ho feu amb els serveis de companyies de baix cost (CBC). Cal afegir també, que el 70.65% ho feu per mitjà de l'Aeroport de l'Altet (Alacant), mentre que, l'altre 26.34% ho feu per mitjà de l'Aeroport de Manises (València).

A 2020, el transport aeri ha sigut un dels sectors més afectats per les repercussions de la pandèmia provocada per la COVID-19. S'estimen un total de 20.6 milions de entrades de passatgers internacionals als aeroports espanyols, significant açò una caiguda del 78.2% respecte a 2019. La Comunitat Valenciana experimentà un descens inferior respecte al total de destinacions (76.2%) per darrere de les Canàries i Madrid.

Els turistes estrangers varen gastar al voltant de 600 milions d'euros. La despesa mitjana per viatge s'estima en 967 euros i la despesa mitjana diària en 95 euros. El turista de sol i platja va tenir una despesa diària de 82 euros, el turista cultural va gastar 124 euros diaris i el turista esportiu un total 143.1 euros diaris.

Les característiques sociodemogràfiques dels turistes internacionals que visiten la Comunitat Valenciana son les següents:

ANY 2020	
Edat	15-24: 6% 25-44: 36.8% 45-64: 44.5% Majors de 65: 12.6%
Situació laboral	Ocupat: 76.6% Parat: 0.8% Estudiant: 3.9% Jubilat: 17.3% Feines de la casa: 1.1%
Estudis	Primaris o inferiors: 77.3% Secundaris: 21.9% Superiors: 0.8%
Sexe	Dones: 65% Homes: 35%

Taula 3 - Dades sociodemogràfiques del turista internacional a 2020. Font: Agència Valenciana de Turisme

5. Impacte turístic

Els festivals de música són un molt bon mitjà per atraure visitants a qualsevol municipi, fent així, que es fomenti el turisme tant a la localitat on es celebra com dels municipis i ciutats col·lindants.

La repercussió d'aquests esdeveniments arribà a ser tanta que la Generalitat Valenciana i MUSICAPROCV (Associació de Promotors Musicals de la Comunitat Valenciana) decidiren crear Musix, la marca baix la que viuen molts dels festivals de la Comunitat. Dins aquest nom, viuen des de l'Arenal Sound fins els concerts de Vivers a la ciutat de València. Tanmateix, la Diputació de Castelló creà la seua pròpia marca pels festivals celebrats a la província: "Castellón, tierra de festivales".

Durant l'any 2019, unes 1.120.000 persones en total assistiren als festivals celebrats dins el territori valencià. Tant ha sigut l'augment de visitants durant els últims anys que l'Agència Valenciana de Turisme (AVT) hagué de crear una nova marca anomenada Mediterraneu Fest, la qual junt amb Musix Festivals, són les marques turístiques de festivals valencians. Francesc Colomer, el secretari autonòmic de l'Agència Valenciana de Turisme, ha afirmat que: "Mediterraneu Fest està consensuat amb tots els agents que s'impliquen en la celebració de festivals, des dels promotors fins als ajuntaments passant per associacions empresarials turístiques, FOTUR, associacions de consumidors i usuaris, SGAE, i altres conselleries de la Generalitat." (LoveValencia, 2017)

L'objectiu de la creació de les marques naix de la necessitat de fomentar la música al llarg de la Comunitat Valenciana. Tal i com s'ha detallat en apartats anteriors, podem observar que els dos festivals més visitats al territori espanyol es donen cita a terres valencianes: el Medusa Sunbeach Festival (València) i l'Arenal Sound (Castelló).

5.1. Visitants

Cada any, especialment a l'època d'estiu, augmenta el nombre de persones que assisteixen als festivals. És per açò que molts d'aquests han vist necessari ampliar l'aforament màxim, causat per l'altra demanda d'entrades. Amb tot això, també hem d'afegir el factor del clima, ja que Espanya presumeix d'un oratge perfecte durant quasi tot l'any.

La Comunitat Valenciana sol mantindre una temperatura càlida, fet que provoca que els organitzadors dels festivals trien el sòl valencià per acomplir la realització dels macro esdeveniments.

Els festivals reben, d'una banda, un públic jove que és el que gaudeix dels concerts i roman a la zona d'acampada; d'altra banda, reben el públic jove i adult que acudeix als concerts però no usa la zona d'acampada. Cada any, el públic és més exigent, ja que només acudeixen al concert d'uns grups en concret, i a diverses activitats externes als concerts.

Ticketea (Promocionmusical.es, 2016), una de les empreses més importants dins la gestió i la venda d'entrades als espectacles espanyols d'oci i cultura, realitzà a 2016 un estudi on es reflexen els hàbits dels assistents als festivals.

En primer lloc, apunta que el 78% dels enquestats van assistir a 2 o més festivals al llarg de l'any, suposant açò un creixement del 20% respecte a l'any anterior. Un 46% dels enquestats compra les entrades al moment en el que ixen a la venda, el 49% s'espera fins que es confirmen algun artista que els agrada i el 5% restant compra les entrades dies a última hora. Els motius més considerats a l'hora de triar el festival són, per ordre: els artistes del cartell, els amics que també van i, per últim, l'experiència d'haver assistit els últims anys.

Un 59% dels enquestats pensa que hi falta varietat d'artistes als cartells dels festivals, ja que es solen repetir. Un 70,7% descobreixen els festivals a les xarxes socials; a un 65,5% el convencen els amics i l'altre 43,8% usen les webs oficials o els perfils dels artistes.

Per classificar el mitjà de transport preferit per acudir als festivals es divideix en dos grups: els menors de 25 anys i els majors de 25 anys. Per un costat, el 43,1% dels menors de 25 anys prefereixen el cotxe, el 35,8% l'autobús, el 9,4% el tren i, només un 1,70%, prefereixen l'avió. Per l'altre costat, un 71,4% dels majors de 25 anys prefereixen el cotxe, un 9,70% l'autobús i el tren i un 4,7% arriben amb avió.

A l'hora de buscar allotjament, també es divideixen en els mateixos grups que la classificació anterior. D'una banda, un 80,60% dels que s'allotgen al càmping de l'organització són menors de 25 anys, front el 10,70% que prefereixen allotjar-se a un apartament o hotel. D'altra banda, el 28,90% dels enquestats majors de 25 anys prefereixen allotjar-se al càmping de la organització, front al 56,3% que prefereix hostejar-se a apartaments o hotels.

Dels assistents enquestats, un 54% són dones front un 46% d'homes, que es reparteixen entre els grups d'edat següents: un 57,8% tenen entre 16-29 anys i un 28,7% tenen entre 30-39 anys; la resta, és a dir, un 13,5% és gent de diferents edats.

L'enquesta acaba detallant que un 54.78% dels assistents tenen l'aspiració de poder veure als seus artistes favorits, més encara si aquests són internacionals i només un 12% d'aquests acudeixen per descobrir nous grups.

De la mateixa forma que Ticketea realitzà l'informe que hem descrit als paràgrafs anteriors, Stubhub (Rosal, 2015), una plataforma en línia fundada a Espanya dedicada a la compra-venda de estrades a esdeveniments, redactà un informe on es descriuen els motius, hàbits i la rutina de preparació dels assistents als festivals. Cal dir, però, que aquest estudi, està enfocat força diferent al de Ticketea, ja que també conté dades curioses o menys "formals".

Així es com, després de l'anàlisi dels resultats de les enquestes realitzades a 400 persones de diferents parts d'Espanya amb un rang d'edats entre 18 i 40 anys, s'exposen fets com que la meitat dels joves enquestats prefereix gaudir del concert no tan a prop de l'escenari i anar apropant-se cada volta més, encara que hagen de evitar a les masses; la mateixa meitat afirma que per preparar-se físicament per als concerts que el millor exercici és el fitness, seguit del crossfit (amb un 20% de preferència).

Si busquem allò que posa en comú més quantitat d'enquestats és l'afonia que pateixen després del festival, ja que un 75 % de les persones reconeix tindre problemes a la gola o, inclús, acabar sense veu.

Finalment, està clar que hem de mencionar aquells aparells que ens acompanyen allà on anem per capturar el moment que estem vivint i que ens provoca algun sentiment o sensació que volem recordar: la càmera. Més d'un 40% d'enquestats revelà que, durant un concert, fa, com a mínim, 20 fotos i, fins i tot, un de cada tres reconeix tindre el mòbil o la càmera en la mà durant la meitat del concert.

5.2. Promoció del festival

La promoció dels festivals és una de les ferramentes més important que el promotor de l'esdeveniment té per donar-se a conèixer i poder ser rendibles. Així i tot, ha hagut casos en els que s'ha suspès algun festival per la falta d'assistents o per no poder aportar la quantia tan elevada de diners que es necessiten per fer la inversió inicial.

Es sol realitzar mitjançant les pàgines web dels festivals, encara que, durant aquest últims anys, les xarxes socials han fet el suficient ressò com per a ser la principal via d'anunci dels festivals, degut a que és per aquí on poden arribar a un major nombre de possibles assistents (clients).


A les webs oficials dels festivals, es poden comprar les entrades, encara que també es pot trobar informació del serveis dels que disposa el recinte al que es celebra. A més a més, és aquí on es pot reservar el lloc a l'acampada, si no està ja inclòs al comprar l'entrada.

La promoció del festival no és feina fàcil, per tant, és important que es comence a promocionar una volta s'acabe cada edició, o inclús, com es duu a terme a l'Arenal Sound, es difon un vídeo durant els últims dos dies de festival a les pantalles gegants col·locades a cada costat de cada un dels escenaris, creant un sentiment de "hype" (expectatives) per fidelitzar clients que compren les entrades per a la pròxima edició. Este sentiment de "hype" sol veure's acompanyat per la col·locació d'un compte enrere a la pàgina web oficial amb els dies que falten per a que s'obriguen les portes del recinte de la següent edició.

A la pagina web, també podem trobar informació general com les indicacions per arribar al festival, una secció d'ajuda i contacte, opcions de compra de packs de beguda d'alguna de les marques que patrocinen la festa o la compra de tendes de campanya, ja que com ocorre al Viñarock, es pot elegir entre la modalitat de càmping on s'assigna una parcel·la i cada persona es munta la tenda o la modalitat de càmping amb tendes de campanya ja muntades.

MARCAS MÁS RECORDADAS EN EL FESTIVAL ARENAL SOUND

Data Presented by Reason Why from Neolabels & Ticketea

	Porcentaje de recuerdo
	43 %
	25 %
	23 %
	22 %
	9 %

Il·lustració 19 - Les marques més recordades pels assistents a l'Arenal Sound

Per augmentar l'abast de la promoció, els festivals solen contractar a empreses privades per tal de atraure el màxim nombre de persones. Aquestes solen llançar anuncis via Twitter, Facebook o Instagram, xarxes les quals son on el públic sol pujar tot el contingut multimèdia mentre està veient un concert. Des de fa uns anys, ha aparegut la figura del «influencer» i del youtuber.

Aquests son persones amb gran influencia, les quals el festival usa per promocionar-se, degut al massiu nombre de persones al que son capaços d'arribar publicant, tan sols, una fotografia o un vídeo dels concerts o, simplement pel fet de poder conèixer els seus ídols.

Tal com hem dit prèviament, totes les entrades dels festivals es poden adquirir tant a la pàgina oficial com també a pàgines especialitzades en la compravenda d'entrades per a espectacles i oci (teatre, concerts, etc...). Els principals avantatges que ofereixen aquest últim tipus de webs (Ticketea, Ticketmaster, Stubhub...) són, entre d'altres: conèixer el "calendari" d'esdeveniments dels seus artistes favorit, escriure comentaris amb valoracions dels esdeveniments als quals han assistit o compartir experiències amb altres usuaris.

6. Impacte de la COVID-19 a la indústria dels festivals de música

L'any 2020 ha marcat un abans i uns després a la vida de milers de milions de persones arreu del món. Com ja hem mencionat al llarg del treball, el virus SARS-CoV-2, el qual provoca la malaltia infecciosa COVID-19, va encendre totes les alarmes al mes de gener quan, la OMS, va decretar l'emergència sanitària internacional. Açò ocorria un mes després de que, el 30 de desembre de 2019, a un mercat a la ciutat xinesa de Wuhan es detectaren 27 casos d'una pneumònia desconeguda fins el moment. L'11 de març, la OMS augmentà el nivell d'emergència a pandèmia degut a que ja es coneixien casos de la malaltia a més de 100 territoris a nivell mundial, fins arribar als 500.000 casos només 15 dies.

A nivell espanyol, es detectà el primer cas el 31 de gener a San Sebastian de la Gomera la illa de Tenerife i, 2 setmanes després, el 13 de febrer, es comptabilitzà la primera mort causada per la COVID-19 a València. D'aquesta manera, el 14 de març el Govern espanyol va decretar el estat d'alarma a tot el país, i emparant-se en aquesta mesura, limità la lliure circulació de persones als actes essencials, és a dir, adquisició d'aliments i fàrmacs i acudir al lloc de treball o als centres mèdics, provocant així un confinament de la població als seus domicilis. (Wikipedia, 2020)

El 28 d'abril, començà la desescalada per províncies, on la Comunitat Valenciana, tenia una de les millors xifres en comparació a la resta de territori espanyol. Finalment, el 21 de juny, l'estat d'alarma va expirar i Espanya entrà en la "nova normalitat". Aquesta situació permetia els ciutadans a tornar, de forma molt progressiva, a la vida que hi havia abans de la pandèmia, amb la diferència de l'existència de restriccions de desplaçament entre localitats o la reducció d'horaris d'apertura a la restauració i l'oci nocturn, entre altres.

En lo que respecte a qualsevol manifestació cultural, des del Govern no s'han pres mesures específiques sobre el sector, més enllà de les mesures transversals anunciades. D'altra banda, pel que fa al sector cultural de la música i les arts escèniques en directe, des del Ministeri de Cultura tampoc es plantejà, des d'un primer moment, cancel·lar esdeveniments multitudinaris com els festivals de teatre o de música a l'estiu, sinó que es preferí posposar-los .

Així, en un comunicat fet el 12 març, ES_Música avisava que la crisi del COVID era un repte de enorme magnitud, ja que posava en risc la supervivència de la música en directe al nostre país preveient una pèrdua d'uns 765 milions d'euros incloent la cancel·lació dels festivals. El 13 de març, l'estat d'alarma prohibia l'organització d'esdeveniments celebrats a recintes tancats de més de 1000 persones, encara que poc a poc, s'ha anat permetent l'accés a un públic molt reduït, cosa que impacta en la rendibilitat de l'espectacle.

Sens dubte, 2020 va resultar el pitjor any de la història en la música en directe, tot i que alguns grups van seguir oferint música en directe en altres formats. L'Anuari de l'Associació de Promotors de Música d'Espanya (APM) va revelar una caiguda del 87% al nombre de concerts i del 63% de la facturació el 2020. L'Associació de Promotors Musicals d'Espanya (APM) representa el 80% dels concerts d'iniciativa privada que es realitzen a Espanya. Les xifres són crítiques: la caiguda en el nombre de concerts és de 87%, i en la facturació, de l'63%, fet que suposa un retrocés per al sector d'uns 15 anys.

Els mesos de gener i febrer de 2020, on sí es van celebrar concerts, van ser els millors de la història, amb un increment del 21,92% en el nombre de concerts i de l'59,55% de facturació respecte als mateixos mesos de 2019. Fins i tot les dades de març, encara que només hagués activitat durant dues setmanes, van ser positius, igualant en aquestes dues setmanes la facturació de tot el mes de març de 2019. Però entre els mesos d'abril i desembre, l'enfonsament va ser de l'76,26% en relació amb 2019. De fet, l'empenta dels primers mesos de l'any va fer que la caiguda anual del 63,78% de la facturació el 2020 no fos pitjor. Durant els mesos de 2020 pel confinament i les restriccions, es van assolir mínims històrics. Al mes d'agost es van facturar 3,7 milions d'euros, sent la pitjor xifra mensual de l'any 2020 i suposant una disminució del 85,35% respecte al mateix període de l'any anterior. (Medina I. , 2020)

Una realitat s'imposa: aquest pròxim estiu serà molt millor que el de 2020, amb festivals de música i l'esport amateur obert i un setembre fins i tot amb alguns camps de futbol professionals també amb públic. Aquesta recuperació d'una certa normalitat està lligada a l'avanç en el procés de vacunació, tant per a les variants actuals del virus com per a les que puguin aparèixer. Els organitzadors de grans festivals espanyols auguraven un estiu de 2021 sense les seves principals cites o, com a mínim, no en les seves concepcions més tradicionals.

La majoria de festivals estan millor preparats que en 2020 i es desprèn una certa emoció amb la volta a la normalitat. La majoria ja tenen entrades venudes, artistes contractats i una producció avançada que va quedar en suspens amb l'esclat de la pandèmia, i que ara pretenen recuperar. Des del sector demanen garanties, seguretat i un major suport de les administracions.

Per a garantir la seguretat dels assistents, s'incorporaran tests d'antígens en les entrades, sistemes de vigilància amb control tèrmic, túnels de desinfecció i parcel·lat dins del recinte. Dos experiments en concerts en espais tancats han ajudat a generar il·lusió en el sector: el primer d'ells es va celebrar a la sala Apol·lo de Barcelona amb 500 voluntaris, amb test d'antígens previ i màscares a l'interior, però sense que els assistents haguessin de guardar distància entre ells.

El segon, també a Barcelona, es va realitzar durant el concert que Love Of Lesbian va organitzar al Palau Sant Jordi el passat 27 de març, on va reunir més de 5 000 persones. Només sis dels assistents al concert van donar positiu a la infecció dues setmanes després de l'esdeveniment. De les sis persones, quatre no es van contagiar en el concert, ja que es va identificar una font d'infecció diferent; i de les dues restants no es va determinar l'origen del contagi, encara que els promotors van assegurar que no va ser en l'espectacle, donades les grans mesures de seguretat.

El Govern dona ales a aquest optimisme i preveu que per a la tardor totes les persones dels principals grups de risc estiguen ja vacunades, permetent així, aconseguir la immunitat de grup abans de que acabe l'any. El que sí que és segur per al que queda de 2021 és que difícilment es veuran diversos escenaris, amb milers de persones i cartells de 50 noms. Està per veure si es poden recuperar de cara a 2022.

Des de Sanitat adverteixen que l'única opció possible avui dia són els directes adaptats a les mesures sanitàries, ja que als festivals hi ha entrades i sortides de manera constant i grans aglomeracions de persones, la qual cosa implica un elevat risc de transmissió a través d'aerosols, partícules suspeses en l'aire que poden ser portadores del virus, i transmetre'l als assistents d'aquests esdeveniments. Aquí els promotors hauran de treballar en la capacitat d'acreditar la vacunació o la immunitat, encara que no es puga assegurar al 100% la càrrega vírica d'una persona ni si aquesta persona estarà immunitzada contra totes les variants del virus.

El model de concerts que s'ha anat veient al llarg de 2021 és el dels cicles, un elenc de concerts que s'estén durant setmanes o fins i tot durant un mes. Els assistents al concert romanen amb la mascareta posada en tot moment i en el seu seient, sense ball ni consum de menjar o beguda. Perquè aquests esdeveniments continuen endavant és necessària la plena col·laboració del públic, que ha d'esperar-se en les sortides i entrades escalonades al recinte. La perspectiva per al futur és optimista però realista, ja que els festivals, malgrat ser una part important del negoci musical, no són l'única.

L'associació de promotors valencians va assegurar que l'estiu de 2020 va ser pitjor de l'esperat i la quantia global de pèrdues (només a València) es va acostar als 100 milions d'euros, havent analitzat l'impacte de 20 grans festivals com l'Arenal, el Medusa o el FIB. Això no inclou les pèrdues relacionades amb la programació cultural, els cicles de música o les actuacions en les festes populars que finalment no es van celebrar.

En el sector es dona per fet que serà impossible celebrar macro festivals. S'admet que seran més viables els festivals de menor format, de la mateixa forma que ha funcionat amb el teatre o el cinema, amb aforaments més controlats, organitzant la disposició del públic, la distància entre ells i els accessos. Com més multitudinari siga un esdeveniment més problemes tindrà per a realitzar-se. A més, s'afegeixen altres dificultats, com a possibles restriccions de mobilitat dels artistes internacionals o el cas de grups que prefereixen no actuar a fer-lo en aquestes condicions.

En relació a la previsió del futur dels festivals, d'una banda, s'han entrevistat 3 promotors de festivals per conèixer quina opinió tenen sobre el futur dels festivals de música. Com podem observar a l'Annex 1 situat al final del document, tots tres pensen que els festivals tornaran a la "normalitat" post-COVID al 2022 o al 2023, encara que açò dependrà del índex de vacunació que hi haja l'estiu del pròxim any, ja que a setembre de 2021 el 71% de la població està vacunada amb la pauta completa, sent Espanya el país amb el millor percentatge de la població vacunada. També mencionen que, a curt termini als esdeveniments multitudinaris, s'observaran una quantitat notable de canvis respecte als festivals tal i com els coneixíem abans de la pandèmia.

En quant a les tendències a curt i mig termini, els entrevistats exposen que, possiblement, es posen "de moda" els festivals a l'aire lliure encara que amb una experiència més premium per reduir els contactes entre assistents. També, posen per segur que apareixeran nous festivals ja adaptats a la situació i les seves condicions i desapareixeran alguns dels que ja coneixem o, en el seu defecte, es reconvertiran adaptant-se, també, a la situació.

La pregunta la qual hi havia un interès més gran per conèixer les respostes era saber de quina forma ha afectat el COVID als promotors dels festivals. Les traves a les que, principalment, han hagut d'adaptar-se són les restriccions horàries dels esdeveniments havent de reduir el temps de duració de cada concert, la reducció de l'aforament de la sala o el recinte on es celebre el festival o concert i, per últim, l'augment del pressupost degut al cost de les mesures anti-covid.

Per altra banda, s'ha entrevistat a 35 persones per conèixer la seva opinió sobre el futur dels festivals de música des del punt de vista d'assistents. Un 37.14 % dels entrevistats han assistit a un concert/festival a l'època post-COVID, mentre que l'altre 62.86% no ha assistit a cap d'aquests. La reducció d'aforament, la cancel·lació o la reprogramació d'aquest per l'any següent i les pèrdues econòmiques són les formes amb les que, majoritàriament, els festivals han patit més l'impacte de la COVID, segons els entrevistats. Tal i com veiem als gràfics de l'annex 1, un 81,8% està d'acord amb les mesures aplicades als festivals i un 63.6% canviaria alguna cosa de la nova normalitat als festivals.

S'ha preguntat als entrevistats que han contestat "Sí" a si canviarien alguna cosa de la nova normalitat als festivals i algunes de les respostes rebudes son les següents: Més seguretat i control de l'obligatorietat de la mascareta al recinte, sancionar quan no es compleixen les mesures o la realització de tests previs a l'ingrés als recintes.

El 61.76% dels entrevistats creuen que no tornarem a viure els festivals tal i com els vivíem fins l'arribada del virus; el 14.70% creu que no hi haurà cap tipus de canvi, i per tant, tornarem directament als festivals tal i com els coneixíem; la resta, el 24.54% pensen que encara no podem saber si hi haurà canvis o que possiblement no hi haja canvis però la situació sanitària deuria evolucionar amb ritme molt positiu, és a dir, al mateix ritme al que avança tot avui en dia.

Finalment, el 44.11% pensa que en 2-3 anys es tornaria a una "normalitat" post-COVID; el 11.7% pensa que en 4 anys i la resta es reparteix entre partidaris de que mai tornarem a la "normalitat" o encara és massa prompte per saber-ho.

7. Conclusions

Després de haver fet una investigació dins la indústria dels festivals de música i el seu impacte sobre el turisme, es pot concloure que aquest sector compta amb un recorregut de caràcter acadèmic molt escàs, degut a que son pocs els autors que han analitzat aquest tema o els estudis que s'han realitzat, tot i que l'impacte econòmic com turístic dels festivals a Espanya i les seues costes, és enorme. D'altra banda, es deu comentar la escassa informació que disposem sobre l'origen dels festivals en general i deuria de investigar-se de forma essencial per conèixer més la seva història i la forma en que han arribat fins nosaltres.

És evident que, actualment, el mitjà de comunicació més efectiu per fer arribar els festivals de música als consumidors són les xarxes socials. Els clients necessiten assistir als mateixos esdeveniments als que acudeixen els seus amics o familiars. Abans de l'època de la comunicació en la que vivim, la promoció del festival es feia boca a boca i per les recomanacions directes de coneguts.

En quant al perfil del turista, l'assistent mitjà que acudeix al festival sol ser un jove d'entre 16 i 29 anys que s'allotja al càmping del festival i usa el cotxe per arribar al festival. El motiu pel que va, principalment sent convençut per les xarxes socials i/o pels amics, és per veure els seus artistes preferits del cartell, sobretot si aquests son internacionals. Sol tindre comprada l'entrada des que s'obri la venda o en el moment en que el festival confirma algun artista que li agrada.

També és interessant conèixer les motivacions del turista per assistir a aquests festivals ja que, a més d'acudir per la música, també ho fa per les relacions socials que allà estableix, on pot arribar a trobar un sentit afí o de pertinença a un grup de persones.

D'altra banda, és pot afirmar que els festivals de música són una font de creació d'ocupació per a les destinacions turístiques, tot i que aquests llocs de treball són majoritàriament temporals a causa de que es generen durant els dies concrets de durada de l'esdeveniment. Així i tot, és evident que es tracta d'una indústria creadora de riquesa per als territoris.

En general, es pot concloure que els festivals de música estan directament relacionats amb el sector turístic, ja que la gran majoria de les empreses turístiques de les destinacions augmenten significativament la seva demanda durant els dies de celebració dels mateixos, la qual cosa també influeix de manera directa sobre el medi ambient i la societat del territori on se celebren.

L'impacte que ha tingut la COVID als festivals de música a la Comunitat Valenciana ha portat conseqüències principalment econòmiques i d'estructura. D'una banda, al no realitzar-se ningun dels macro festivals, les empreses promotores han patit dures pèrdues, degut a les cancel·lacions, devolucions d'entrades i el pagament per avançat del preu de contractació d'alguns dels artistes confirmats a l'edició 2020. D'altra banda, la pandèmia ha provocat que les edicions futures, com a mínim a curt i mig termini, s'han de remodelar per complet i adaptar-se als nous temps i condicions, aplicant les mesures de seguretat i control anti-COVID per evitar contagis.

Les mesures aplicades per part del govern espanyol i la Generalitat Valenciana han obligat els festivals a reduir-ne dràsticament el nombre màxim d'assistents i la durada dels concerts per poder complir, entre altres mesures, el toc de queda imposat a una gran quantitat de municipis de la Comunitat. Aquest fet, com ja hem comentat al llarg de l'estudi, ha fet trontollar la rendibilitat de la majoria d'esdeveniments celebrats.

No es pot afirmar que el futur dels festivals de música torne a ser el mateix que les edicions anteriors a la pandèmia, degut a que les autoritats sanitàries no saben, amb certesa, quan seran eliminades les restriccions. Aquest fet propiciaria que es tornés a permetre reunir grans quantitats de gent sense distància interpersonal de seguretat, cosa que ajudaria a la recuperació del sector d'esdeveniments i l'oci, facilitant així el reviscolament econòmic de les empreses promotores.

Segons com evolucione la pandèmia i, per consegüent, les restriccions sanitàries, els festivals podran adaptar-se a aquestes, augmentant l'aforament dels festivals o, al millor dels casos, implementar de nou el format amb el qual es realitzaven a la situació pre-pandèmica.

Bibliografía

- A.Díaz. (Febrero de 2021). *Variación anual del gasto de los turistas internacionales en España en 2020, por comunidad autónoma*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1201395/coronavirus-caida-gasto-turistas-internacionales-por-comunidad-autonoma/>
- Agència Valenciana del Turisme. (2020). *Análisis del turismo nacional en la Comunitat Valenciana*. Obtenido de <https://infogram.com/1pgp2gjrjm73dnt9p355ywpm76twgjmgp5v>
- Agència Valenciana del Turisme. (2020). *Balance Turístico Comunitat Valenciana*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Balance_turistico2020c.pdf
- Agència Valenciana del Turisme. (2020). *Evolución de los turistas extranjeros en alojamiento privado Comunitat Valenciana*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/otros_informes/Aloj_priv_extran2020c.pdf
- Agència Valenciana del Turisme. (2020). *Evolución de los turistas residentes en España en alojamiento privado, con destino en la Comunitat Valenciana 2020*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/otros_informes/aloj_privado_residentes2020c.pdf
- Agència Valenciana del Turisme. (2020). *Turismo de Sol y Playa en la Comunitat Valenciana 2020*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_producto/Sol_y_playa_2020c.pdf
- Agència Valenciana del Turisme. (2019). *Balance Turístico Comunitat Valenciana 2019*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Balance_2019c.pdf
- Asier. (Abril de 2020). *Los 25 festivales con mayor asistencia en 2019*. Obtenido de <https://www.dodmagazine.es/festivales-con-mayor-asistencia-2019/>
- Bonet, L. (2011). Tipologías y modelos de gestión de festivales. En L. Bonet. Gescènec.
- Cincodías. (Agosto de 2019). *El turismo ya aporta al PIB español tres veces más que la automoción*. Obtenido de El País: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/08/29/companias/1567086634_731386.html
- ESRI. (2016). *Festivales musicales: de Monterrey al Arenal Sound*. Obtenido de <https://www.arcgis.com/apps/Cascade/index.html?appid=81b10a2f89f54b189e56bda95f1ada0d>
- Exceltur. (2019). *Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo en la Comunitat Valenciana*. IMPACTUR. Obtenido de https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2020/12/impactur_VALENCIA-2019.pdf
- Festicket. (2021). *Medusa Festival 2021*. Obtenido de <https://www.festicket.com/es/festivales/medusa-sunbeach/2021/>
- Glazer, J. (Diciembre de 15). *Vice*. Obtenido de La legendaria pirámide de Daft Punk es solo la mitad de la historia de aquella fatídica noche en Coachella 2006:

- <https://www.vice.com/es/article/4x837d/la-legendaria-piramide-de-daft-punk-es-solo-la-mitad-de-la-historia-de-aquella-fatidica-noche-en-coachella-2006>
- Gracia, J. (Septiembre de 2019). *Economia3*. Obtenido de Medusa alcanza un nuevo récord: 315.000 visitantes que generan 25 millones:
<https://economia3.com/2019/08/12/216362-medusa-alcanza-un-nuevo-record-315-000-visitantes-que-generan-25-millones/>
- Guivernau, A. (Junio de 2021). *OBS Business School*. Obtenido de Informe OBS: Impacto de la COVID en la industria de la música en directo:
<https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-impacto-de-la-covid-en-la-industria-de-la-musica-en-directo>
- Higueruela, G. (Septiembre de 2017). *12 momentos que marcaron los festivales de música*. Obtenido de
<https://www.esquire.com/es/actualidad/musica/a10395526/12-momentos-que-marcaron-los-festivales-de-musica/>
- Hosteltur. (Septiembre de 2019). *Turismo de festivales: más turistas y mayor visibilidad para los destinos*. Obtenido de https://www.hosteltur.com/131405_turismo-de-festivales-mas-turistas-y-mayor-visibilidad-para-los-destinos.html
- Hosteltur. (Febrero de 2020). *España bate un nuevo récord histórico: 83,7 millones de turistas en 2019*. Obtenido de https://www.hosteltur.com/134285_espana-bate-un-nuevo-record-historico-837-millones-de-turistas-en-2019.html
- Indyrock. (Septiembre de 2014). *Rototom Sunsplash*. Obtenido de
<https://indyrock.es/grupos/rototomsunsplash.htm>
- INE. (Diciembre de 2020). *Aportación del turismo a la economía española*. Obtenido de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
- INE. (11 de 12 de 2020). *INE*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística:
https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
- La información. (Febrero de 2014). *Constitucional de Italia deroga ley que equipara las drogas duras con blandas*. Obtenido de
https://www.lainformacion.com/espana/constitucional-de-italia-deroga-ley-que-equipara-las-drogas-duras-con-blandas_AfxZ5AsssSwe6BAFLEGCh1/?autoref=true
- La Vanguardia. (Febrero de 2019). Más de 50.000 personas acuden a la misa de Kanye West en Coachella 2019. Obtenido de
<https://www.lavanguardia.com/muyfan/20190423/461829250004/kanye-west-misa-coachella-2019.html>
- López, P. (Abril de 2019). *Tendencias*. Obtenido de Los 11 mejores festivales de la historia de la música: <https://www.tendencias.com/ocio/11-mejores-festivales-historia-musica>
- LoveValencia. (Julio de 2017). *Nace Mediterraneu Fest para promocionar los festivales de música valencianos*. Obtenido de <https://www.lovevalencia.com/nace-mediterraneu-fest-para-promocionar-los-festivales-de-musica-valencianos.html>
- Medina, I. (Febrero de 2020). *El gasto turístico en la Comunitat alcanza los 9.621 millones en 2019, un 7,9 % más*. Obtenido de *Economia3*:

- <https://economia3.com/2020/02/04/247600-gasto-turistico-comunitat-alcanza-9-621-millones-2019-79-mas/>
- OMT. (2020). *Panorama del turismo internacional*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>
- Orús, A. (Abril de 2020). *Evolución anual del número de personas que acudieron al Arenal Sound en España entre 2012 y 2019*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1034245/numero-anual-de-asistentes-al-arenal-sound-espana/>
- PATX. (Diciembre de 2020). *El peso del turismo en PIB español ha subido 1,3 puntos desde 2015, hasta el 12,4%, y alcanza el 12,9% de empleo*. Obtenido de https://www.eldiario.es/economia/peso-turismo-pib-espanol-subido-1-3-puntos-12-4-alcanza-12-9-empleo_1_6497586.html
- Press, E. (Agosto de 2019). *El Medusa deja un impacto de más de 25 millones de euros en Cullera*. Obtenido de <https://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-medusa-deja-impacto-mas-25-millones-euros-cullera-20190812144503.html>
- Promocionmusical.es. (Mayo de 2016). *Estudio sobre los hábitos de los asistentes a los festivales de música en España*. Obtenido de <https://promocionmusical.es/estudio-sobre-los-habitos-de-los-asistentes-a-los-festivales-de-musica-en-espana/>
- Promocionmusical.es. (Junio de 2017). *Motivos, hábitos y preparación de los asistentes a festivales*. Obtenido de <https://promocionmusical.es/motivos-habitos-preparacion-asistentes-festivales/>
- Rosal, A. N. (Mayo de 2015). *Infografía: hábitos de los asistentes a festivales de música en España*. Obtenido de <https://industriamusical.es/infografia-habitos-de-los-asistentes-a-festivales-de-musica-en-espana/>
- Sampedro, S. (Febrero de 2021). *La Vanguardia*. Obtenido de La Comunidad Valenciana pierde 7.200 millones de gasto turístico por las restricciones sanitarias: <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20210203/6219589/comunidad-valenciana-pierde-7-200-millones-gasto-turistico-restricciones-sanitarias.html>
- Statista Research Department. (Abril de 2020). *Numero de asistentes a los principales festivales de música en España en 2019*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/438748/leading-musica-festivals-in-spain-by-number-of-attendees/>
- Turisme, A. V. (2020). *Turismo Cultural a la Comunitat Valenciana 2020*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_producto/Cultural_2020c.pdf
- Wikipedia. (Septiembre de 2006). *Festival Internacional de Benicasim*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Festival_Internacional_de_Benicasim
- Wikipedia. (Abril de 2008). *Festival de Música y Artes de Coachella Valley*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Festival_de_M%C3%BAsica_y_Artes_de_Coachella_Valley
- Wikipedia. (Mayo de 2010). *Monsters of Rock*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Monsters_of_Rock#Versi%C3%B3n_de_1980
- Wikipedia. (Octubre de 2020). *Pandemia de COVID-19 en España*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Pandemia_de_COVID-19_en_Espa%C3%B1a

Annexos

Enquesta assistents

Influència turística dels festivals de música a la Comunitat Valenciana.

Hola! Sóc Carles Bosch, alumne de 4t curs del grau de Turisme per la Universitat Politècnica de València. Actualment estic realitzant el meu Treball de Fi de Grau i és primordial per a mi obtenir persones que contesten aquest breu qüestionari.

Recorda que el qüestionari és totalment anònim i confidencial i que no hi ha respostes correctes o incorrectes. Per això, pregue que contestes de la forma més honesta a les preguntes que se li presentaran a continuació. És molt important que arribes fins al final, ja que d'una altra manera, les respostes no quedaran guardades.

Gràcies pel seu temps, ja que la teva participació, em serà de moltíssima ajuda.

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

¿Has assistit a algun festival/concert dins la nova "normalitat" post-COVID? *

1. Sí
2. No

¿De quina/es forma/es penses que han patit, majoritàriament, els festivals l'impacte del COVID? *

Texto de respuesta larga

¿Estàs d'acord amb les mesures aplicades als festivals (tant als promotors com als assistents)? *

1. Sí
2. No

¿Canviaries alguna cosa dins la nova normalitat dels festivals? *

1. Si
2. No

Si has contestat "Sí", cita'n alguna/es.

Texto de respuesta larga

Estudi de la influència turística dels festivals de música a la Comunitat Valenciana



¿Penses que hi hauran canvis als festivals a com els coneixiem abans d'aquesta pandèmia? *

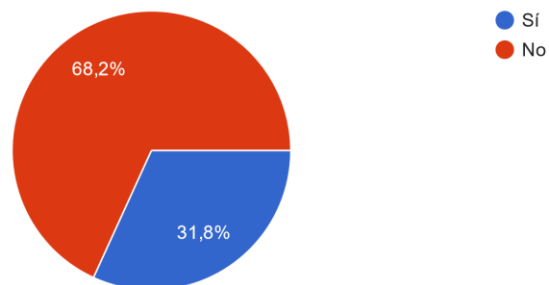
Texto de respuesta larga

¿Quan penses que es tornarà a una "normalitat" post-COVID en els festivals? *

Texto de respuesta larga

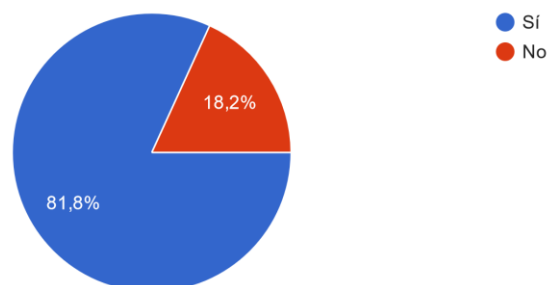
¿Has assistit a algun festival/concert dins la nova "normalitat" post-COVID?

22 respuestas



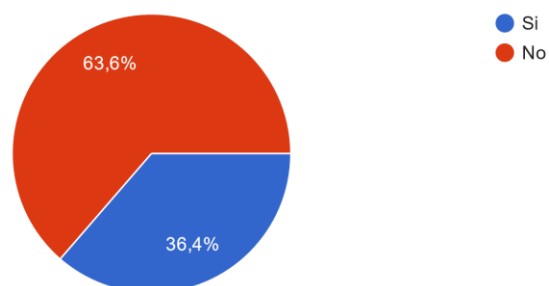
¿Estàs d'acord amb les mesures aplicades als festivals (tant als promotors com als assistents)?

22 respuestas



¿Canviaries alguna cosa dins la nova normalitat dels festivals?

22 respuestas



Enquesta promotors

Influència turística dels festivals de música a la Comunitat Valenciana.

Hola! Sóc Carles Bosch, alumne de 4t curs d'el grau de Turisme. Actualment estic realitzant el meu Treball de Fi de Grau i és primordial per a mi obtenir persones que contesten aquest breu qüestionari.

Recorda que el qüestionari és totalment anònim i confidencial i que no hi ha respostes correctes o incorrectes. Per això, pregue que contestes de la forma més honesta a les preguntes que se li presentaran a continuació. És molt important que arribes fins al final, ja que d'una altra manera, les respostes no quedaran guardades.

Gràcies pel seu temps, ja que la teva participació, em serà de moltíssima ajuda.

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

¿Quan penses que es tornarà a una "normalitat" post-COVID en els festivals? *

Texto de respuesta larga

¿Penses que hi hauran canvis als festivals a com els coneixiem abans d'aquesta pandèmia? *

Texto de respuesta larga

⋮

Tant a curt com a mig plaç, ¿quines tendències penses que seguirán els festivals a la Comunitat Valenciana? *

Texto de respuesta larga

¿Penses que desapareixeràn una gran quantitat de festivals o que n'apareixeràn de nous? *

Texto de respuesta larga

¿De quina forma ha afectat el COVID als promotors/organitzadors dels festivals? *

Texto de respuesta larga

Estudi de la influència turística dels festivals de música a la Comunitat Valenciana

¿Quan penses que es tornarà a una "normalitat" post-COVID en els festivals?

3 respuestas

Verano 2022

En uns 2 anys crec que hi haurà una normalitat quasi completa, almenys com la coneixíem abans.

1 o 2 anys

¿Penses que hi hauran canvis als festivals a com els coneixíem abans d'aquesta pandèmia?

3 respuestas

Si

A curt temps si, però més avant crec que tot tornarà tot a la normalitat.

Probablement a tots els events multitudinaris sí

Tant a curt com a mig plaç, ¿quines tendències penses que seguirán els festivals a la Comunitat Valenciana?

3 respuestas

Festivales con más procesos anti covid

Esdeveniments a l'aire lliure

Festivales de petit format amb una experiència mes premium.

¿Penses que desapareixeràn una gran quantitat de festivals o que n'apareixeràn de nous?

3 respuestas

Ambas

Apareixen i apareixeran, per descomptat.

Es reconvertirán o desapareixeràn

¿De quina forma ha afectat el COVID als promotors/organitzadors dels festivals?

1 respuesta

Sobretot restriccions horaries, de aforament e increment de presupost en mesures anti-covid