

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Gestión Turística



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“L’impacte del turisme de festivals a Espanya: El cas de Tavernes de la Valldigna”

TREBALL FINAL de GRAU

Autor: Oriol Ruiz Moratal

Tutor: Carlos Gil Santiago

Gandia, 2018

RESUM:

La demanda turística al nostre territori ha anat augmentant en els darrers anys, i l'oferta ha hagut d'adaptar-se a les exigències dels turistes consumidors. L'oferta de festivals ha anat creixent des dels anys 90, època en la que nasqueren molts dels festivals coneguts avui en dia, tant a nivell nacional com internacional.

Aquest tipus de esdeveniments afavoreixen l'economia de la zona, el sector de l'hoteleria, creen nombrosos llocs de treball, tant directes com indirectes ocupats, en la seua major part, per personal de la zona on es realitza el festival.

Per tant, en aquest treball analitzarem els efectes tan positius com negatius que han de tindre en compte a l'hora de realitzar un festival, així com la legislació estricta que els regula, depenent de la comunitat autònoma on té lloc. A més a més, coneixerem un poc més a fons el Festivern, com exemple d'aquest tipus de festivals així com, l'història, l'impacte i l'èxit del mateix. Per acabar, observarem l'impacte que produeix a la zona, l'oferta turística que disposa el municipi i la despesa que realitzen els assistents d'aquest festival.

PARAULES CLAU:

Tavernes de la Valldigna, festivals, impacte, turisme, oferta turística.

ABSTRACT:

The tourist demand in our territory has been increasing in recent years, the offer has had to adapt to the demands of consumer tourists. The festival offer has been growing since the 90s, when many of the festivals known today were born, both nationally and internationally.

This type of events favor the economy of the area, the hospitality sector, create numerous jobs, both direct and indirect and most of the staff is from the area where the festival is held.

Therefore, in this work we will analyze the positive and negative effects that should be taken into account when making a festival, as well as the strict legislation they have, depending on the autonomous community in which it takes place. In addition, we will know a little more about the Festivern, as an example of this type of festivals as well as the history, the impact, the success of it. Finally, we will observe the impact produced in the area, the tourist offer that the municipality has and the expense that the attendees of this festival make.

KEY WORDS:

Tavernes de la Valldigna, festivals, impact, tourism, touristic offer.

Índex

1.Introducció	6
1.1.Objectius	7
1.2.Metodologia	7
1.3.Hores de dedicació al treball.....	8
2.Anàlisis del turisme de festivals	8
2.1.Que es un festival?	8
2.2.Evolució	9
2.3.Festivals de musica a Espanya.....	9
3.Perfil del turista	13
4.Impacte turístic	18
4.1.Visitants.....	18
4.2.Promoció	20
5.Impacte econòmic.....	21
6.Legislació dels festivals de música a la Comunitat Valenciana	23
6.1.Que es pot sol·licitar i quan sol·licitar-ho.....	24
6.2.On dirigir-se.....	24
6.3.Documentació a presentar	25
6.4.Tramitació	25
7.Calendari de Festivals 2018.....	26
8.El cas de Tavernes da la Valldigna: el Festivern	29
8.1.Geografia.....	29
8.2.Monuments i llocs d'interès.....	29
8.3.El Festivern	30
8.4.Edicions	31
8.5.Localització	33
8.6.Visitants.....	34
8.7.Impacte econòmic.....	35
8.8.Allotjament i restauració.....	36
8.9.Activats complementaries	37
8.10.Cartell i logotip del Festivern	38
8.11.Oferta cultural: mes festivals	40
9.Línies estratègiques a seguir	41
10.Conclusió	42

11. Bibliografia 45

1.Introducció

El turisme representa un 11,2% del PIB i per tant es un generador de riquesa per al territori espanyol. Espanya, es un destí molt sol·licitat tant a nivell europeu com a nivell internacional.

Aquest darrer any, segons l'estadística de Moviments Turístics en Fronteres, Espanya va rebre al voltant de 40 milions de turistes, molts d'ells van decidir passar les seues vacances a la costa mediterrània.

El turisme de la costa mediterrània es caracteritza per la massificació produïda als destins de sol i platja. És exactament el que passa a la nostra comarca: La Safor.

La Safor es una comarca de la província de València, situada al centre de la Comunitat Valenciana, amb capital a Gandia. Aquesta comarca va començar a treballar la dinamització turística en conjunt des de que els municipis de la comarca es van constituir com a Mancomunitat de Municipis, formant un total de 31 municipis.

El turisme evoluciona pel pas del temps, i sorgeixen nous tipus de turisme; exactament es el que esta passant amb el turisme de festival, un turisme que va sorgir als anys 90 i que avui en dia esta en auge. Aquest tipus de turisme es caracteritza per ser un macro esdeveniment que reuneix a una gran quantitat d'assistents a un mateix lloc durant uns dies determinats. Açò, provoca un atractiu turístic a la zona, que atrau a un major nombre de persones i que, a més a més, els permet conèixer els recursos turístics del municipi o de la zona on es celebra.

Com a exemple d'aquest tipus de turisme, amb aquest projecte es pretén conèixer un poc mes a fons el cas particular de Tavernes de la Vallidigna, un municipi on es celebra cada any el "Festivern", apart de donar una visó general del que són els festivals tant a Espanya com a la Comunitat Valenciana. Per tant, analitzarem la història, l'impacte que posseeix així com l'èxit d'un dels festivals més importants a nivell comarcal.

1.1.Objectius

L'objectiu principal d'aquest projecte es realitzar un anàlisi sobre el impacte i l'evolució del turisme de festivals, ja que es un producte que maneja a nombroses persones tant a nivell nacional com internacional.

Objectius secundaris que es pretenen aconseguir:

- Anàlisi del efecte econòmic i social per al municipi on es realitza el festival
- Conèixer el impacte que provoquen aquests esdeveniments en la població local, així com, l'impacte turístic i econòmic de la zona
- Observar el paper de les administracions públiques amb l'organització d'esdeveniments
- Conèixer l'impacte directe i indirecte que tenen aquests esdeveniments sobre el turisme
- Repercussió que ha tingut a Tavernes de la Vallidigna la proliferació de festivals.

1.2.Metodologia

La metodologia que s'ha seguit per a realitzar el present projecte es la següent:

- Recopilació d'informació a traves d'articles de premsa i informes estadístics
- Recopilació d'algunes dades a traves d'altres projectes de final de grau, relacionats amb el turisme.
- Sinterització d'informació obtinguda a traves de l'experiència en primera persona en alguns festivals, així com l'observació dels mateixos

En quant a les tècniques d'investigació, cal dir que, donat que hi ha poca bibliografia sobre el tema, s'ha fet una investigació personal contactant amb agents relacionats amb aquest món. D'una banda de persones relacionades amb els festivals i d'altra de personal del Ajuntament de Tavernes de la Vallidigna relacionada amb l'organització del festival.

1.3.Hores de dedicació al treball

Les tasques a realitzar per aconseguir los objectius proposats son les següents:

- Revisió bibliogràfica. Cerca d'informació en diverses fonts per a conèixer el tema mes en fons. 40 hores.
- Treball de camp: Entrevistes personals amb representants polítics del municipi de Tavernes de la Valldigna. 30 hores.
- Anàlisi de la informació recaptada a les entrevistes: avantatges e inconvenients de la realització del festival, cost, benefici. 40 hores.
- Redacció dels punts de treball. 60 hores.
- Tutories amb el tutor: Resolució de dubtes, seguiment del treball, correccions... 30 hores.

Total hores: 200 hores.

2.Anàlisi del turisme de festivals

2.1.Que es un festival?

Un festival es un esdeveniment musical on es tracta de celebrar una quantitat de concerts durant diversos dies amb l'assistència d'una gran quantitat de gent.

Segons la RAE¹, un festival es “una festa musical” a més de ser “un conjunt de representacions dedicades a un artista o a un art”

L'Organització Mundial del Turisme², OMT d'ara en avant, classifica als festivals com a turisme, ja que aquests engloben diferents activitats que es realitzen fora del entorn habitual i en un període inferior a un any.

Amb les dues definicions anteriors, podríem dir que un festival es un esdeveniment que engloba a una certa quantitat de gent que visiten l'espai per oci durant uns pocs dies.

¹ Real Academia Española 2018

² Organització Mundial del Turisme 2014

2.2.Evolució

Els festivals van començar sent un conjunt de celebracions en honor als deus. Els egipcis realitzaven aquests festival acompanyats de musica i dansa. Més tard, els van seguir els grecs i els romans.

Al segle XX comença a sorgir de nou el fenomen dels festivals, durant els anys 60 i 70. Els mes importants van d'aqueix moment foren el "Festival de Woodstock" celebrat l'any 1969 als Estats Units o el "Festival de Viña del Mar" que es celebrava a Llatinoamèrica des de 1960, cada any a un país diferent. A Europa per el moment es celebrava el "Festival de la Cançó d'Eurovisió" des de 1956 y el "Festival de l'Illa de Wight" a Anglaterra.

Particularment a Espanya abans dels anys 90 quasi no existia oferta de festivals de musica. Al 1994 va nàixer el "Sónar" a Barcelona y el "Festimad" a Madrid, un any mes tard, al 1995 va nàixer el "Festival Internacional de Benicàssim" a Benicàssim, un dels festival conegut avui en dia a nivell internacional. En 1996 nasqué el "Viña Rock" a Villarobledo (Albacete). Des d'aquest moment son molts els festivals que han anat sorgint al nostre país.

2.3.Festivals de musica a Espanya

Avui en dia, Espanya posseeix una nombrosa oferta de festivals arreu del país, encara alguns dels més importants estan a la costa del mediterrani. Molts dels festivals que van sorgir a la dècada del 90 segueixen "vius" i tenen un gran prestigi per ser els pioners. Altres han deixat de celebrar-se, bé per no ser rentables o bé per no tindre la suficient quantitat de diners per fer la inversió corresponent any darrere any.

A continuació, detallarem una tabla en la que podrem observar el "top 15" dels festivals que van atraure el major nombre d'assistents d'Espanya a l'any 2017, segons la revista Beat Mash Magazine³.

³ Beat Mash Magazine: Revista online 2017

<i>Festival</i>	Lloc	Assistents	Duració (en dies)
<i>Arenal Sound</i>	Borriana (Castelló)	300.000	6
<i>Rototom Sunsplash</i>	Benicàssim (Castelló)	220.000	8
<i>Primavera Sound</i>	Barcelona	200.000	4
<i>Viña Rock</i>	Villarobledo (Albacete)	200.000	3
<i>FIB</i>	Benicàssim (Castelló)	177.000	4
<i>Dreambeach</i>	Villaricos (Almeria)	175.000	5
<i>Medusa</i>	Cullera (València)	165.000	3
<i>Weekend Beach</i>	Torre del Mar (Màlaga)	130.000	4
<i>Sónar</i>	Barcelona	123.000	3
<i>Bilbao BBK Live</i>	Bilbao	112.000	3
<i>Mad Cool</i>	Madrid	102.000	3
<i>Low Festival</i>	Benidorm (Alacant)	88.000	3
<i>A Summer Story</i>	Arganda del Rey (Madrid)	60.000	2
<i>WAM Festival</i>	Murcia	46.000	2
<i>Festival de les Arts</i>	València	40.000	2

Taula 1: Festivals de música a Espanya amb major nombre d'assistència a l'any 2017. Font: Elaboració propia a partir de Beatmashmagazine.

A la taula podem observar el 15 festivals als quals va assistir mes públic, podem veure també, que la majoria dels festivals son celebrats a la Comunitat Valenciana. L'afluència d'aquests esdeveniments produeix un impacte positiu en els municipis on es celebren.

Tots aquests festivals són de major afluència al nostre territori, ja que han anat celebrant-se any darrere any i avui en dia molts d'ells son coneguts a nivell internacional. Molts d'aquests festivals mesclen diferents tipus de música, i altres sols son d'un tipus de musica concrets.

Parlarem breument del que són alguns, segons les definicions trobades a les seues pàgines web.

L'Arenal Sound⁴ és un festival que té lloc a Borriana, es tracta de música independent pel que inclou rock, pop i electrònica. Es celebra des de l'any 2010, a principis del mes d'agost i aquest festival pot diferenciar-se del altres per celebrar-se prop de la platja, però no es l'únic a la província de València.

El Rototom Sunsplash⁵, es el major festival de musica reggae que es celebra al nostre país i es celebra a Benicàssim. Esta organitzat per l'Associació Rototom, que fou creada l'any 1991 i des d'aquell moment començaria a crear-se el que és avui en dia el festival. Es celebra al mes d'agost i té una duració de entre 7 i 8 dies.

El Primavera Sound⁶ es celebra a Barcelona entre finals de maig i principis de juny. Va nàixer l'any 2001 i des d'aleshores es repeteix cada any la seua celebració. En aquest festival aposten essencialment pel pop, el rock, la música electrònica i de ball. El Primavera Sound es un punt de trobada entre artistes i espectadors de diferents generacions.

El Viña Rock⁷ o "festival de arte nativo" es realitza a Villarrobledo (Albacete). Va ser creat l'any 1996 i es celebra anualment el cap de setmana previ a l'1 de maig. Principalment es música rock i hip-hop. L'any 2007 es va intentar traslladar a la ciutat de Benicàssim, però sense èxit i posteriorment des de 2008 fins a hui en dia es celebra a Villarrobledo.

Aquests podríem dir que són els festivals més importants d'Espanya i els mes coneguts a l'estranger, però apart d'aquests hi han molts més esdeveniments celebrats arreu del país. Entre tots els festivals que es realitzen en la Comunitat Valenciana cal destacar alguns molt coneguts a nivell comarcal: el Pirata Rock, el MontgoRock, el Festivern. Els més coneguts de tots i amb molt d'èxit son el Medusa i el Festival de les Arts.

El Pirata Rock, es un festival de rock, rap, fusió i mestissatge (mescla de diferents cultures) el qual es celebra a Gandia la tercera setmana del mes de juliol.

⁴ Arenal Sound 2018

⁵ Rototom Sunsplash 2018

⁶ Primavera Sound 2018

⁷ Viña Rock 2018

El MontgoRock es celebra a Xàbia després del pont de maig, és un festival que s'ha fet un lloc al calendari festivaler nacional. Aquest festival està compost exclusivament per artistes vinculats al rock en totes les seues variants. Es un festival molt alternatiu, caracteritzat per donar suport a valors com la solidaritat i la sostenibilitat, així com el apropament de la música en directe als mes menuts (tots els xiquets fins a 12 anys entren gratis), també la promoció del talent musical a nivell local i de les bandes amb presència femenina.

El Festivern⁸ va nàixer al any 2004, i des d'aleshores es celebra cada any els dies 29, 30 i 31 de desembre. Aquest festival s'ha organitzat a diversos municipis de de la Comunitat Valenciana, però des de l'any 2011 es celebra exclusivament a Tavernes de Valldigna. El festival d'hivern de les comarques centrals valencianes és un festival que reuneix música, llengua, festa i cultura al voltant de la Nit de Cap d'Any.

Aquest festival centra el motiu de la investigació del meu treball de final de grau, per tant mes endavant parlaré d'ell amb mes detalls.

El Medusa⁹ és un festival de música electrònica dirigida a un públic jove d'entre 16 i 35 anys. Es celebra a Cullera al mes d'agost des de l'any 2014, pel que és un festival encara molt "jove". Tracta diferents estils dins la música electrònica com son: el EDM, techno, indie, remember, hardtechno, dubstep i trap.

Per últim, parlarem del Festival de les Arts¹⁰, aquest es un festival de música alternativa, pop i rock que es celebra al mes de juny a La Ciutat de les Arts i les Ciències de Valencia. Es un festival al que solen acudir artistes tan nacionals com internacionals com *The Vaccines*, *Lory Meyers*, *Hurts* o *Fangoria*. A més a més, es realitzen esdeveniments culturals com art urbà, xerrades de temes d'interès i tendes en suport del comerç nacional.

⁸ Festivern 2018

⁹ Medusa Sun Beach 2018

¹⁰ Festival de les Arts 2018

3. Perfil del turista

Segons la Organització Mundial del Turisme, un turista és 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 mes de 24 hores.

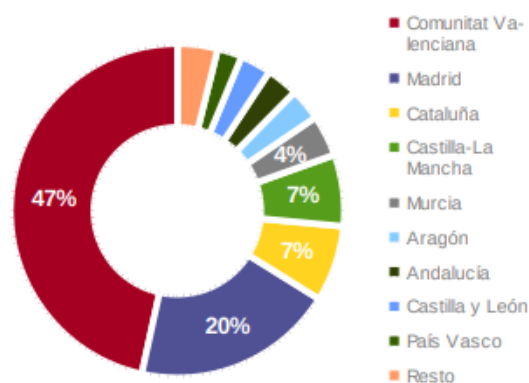
Tota aquella persona que es meneja d'un lloc a un altre és considerada viatger, mentre que, per a ser turista, ha de pernoctar-se en un lloc diferent a l'habitual de la persona.

Espanya és un país turístic amb una excel·lent infraestructura en el sector serveis. Es visita anualment per milions de turistes que es senten atrets per les platges, el clima, la gastronomia i el patrimoni, tant artístic com cultural, que podem trobar al llarg del nostre país.

L'OMT al seu informe de l'any 2017, va recalcar que Espanya és el tercer país del món amb major nombre de turistes estrangers, 75.6 turistes anuals en 2016, sols superat per França i Estats Units.

L'any 2015 el *Foro Económico Mundial*¹¹ va atorgar a Espanya el primer lloc mundial en competitivitat turística. A més, segons les dades aportades per l'INE¹² a febrer de 2017, el nostre país va ingressar 77.625 milions d'euros en 2016 en concepte d'ingressos turístics, un 9% més que l'any anterior.

Segons la Agència Valenciana del Turisme després de realitzar una estadística, la Comunitat Valenciana és una de les destinacions preferides pels turistes, tant estrangers com nacionals. L'any 2016 va ser el destí de 17.184.707 residents a Espanya, que van romandre una mitjana de 4,9 dies, destacant entre les destinacions amb major duració en quant a estància junt a Balears (5,5 dies).



Imatge 1: Distribució del volum dels viatges dels espanyols a la CV. Font: Agència Valenciana del Turisme

¹¹ World Economic Forum 2018

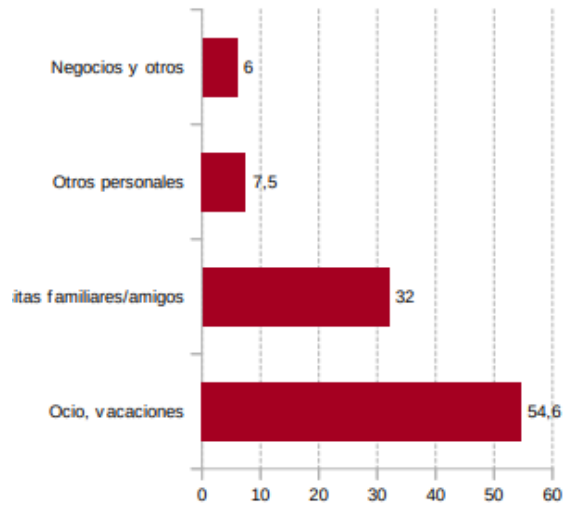
¹² Instituto Nacional de Estadística 2018

El 40,5% dels viatges es van realitzar durant el cap de setmana i un 21,1% d'aquests viatges corresponen a les vacances d'estiu.

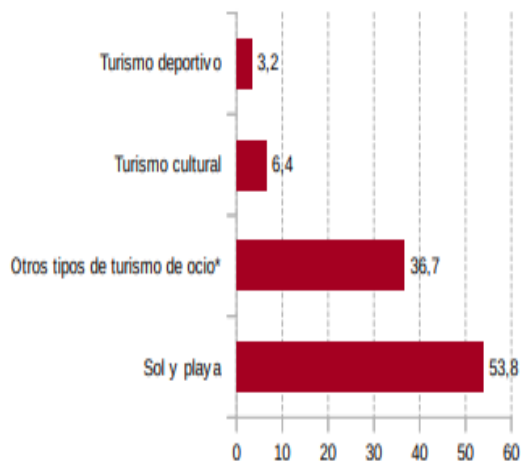
Els propis residents a la Comunitat Valenciana van ser el primer mercat d'origen, realitzant un 47% del total de viatges, seguits pels viatgers procedents de la Comunitat de Madrid (20%), Catalunya (7%), Castilla - La Mancha (7%) i Murcia (4%).

Si considerarem el motiu del viatge, l'oci i les vacances, un 54,6% dels viatges a la Comunitat Valenciana es van realitzar per aquest motiu, seguit de la visita a familiars o amics, un 32% o negocis un 6%.

Dins dels motiu de oci i vacances cal destacar el principal motiu que fou el turisme de sol i platja amb un 53,8%. Per contra, un 6,4% ens va visitar per motius culturals.



Imatge 2: Quota % dels viatges dels espanyols amb destinació a la CV segons motiu del viatge. Font: Agència Valenciana del Turisme



Imatge 3: Quota % dels viatges dels espanyols segons motiu d'oci. Font: Agència Valenciana del Turisme

Els espanyols en 2016 van gastar 3.308 milions d'euros en els seus viatges a la Comunitat Valenciana, aquestes despeses inclouen transport, allotjament, compres, restauració, oci, etc.

En quant a la despesa per viatge s'estimen 192,5 euros i la despesa mitjana diària en 39,3 euros. La despesa mitjana diària és de 41,6 euros per al turista de sol i platja, de 66,6 euros per al turista cultural i de 65

euros per al turista que realitza activitats esportives.

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

ANY 2016	
Edat	Menors de 15: 19,2% 15-29: 17,5% 30-44: 25% 45-65: 27,5% 66 i més: 10,8%
Situació laboral	Ocupat: 61,7% Parat: 9,5% Estudiant: 9,3% Jubilat o pensionista: 11,5% Altres: 8%
Estudis	Primaris o menys: 35% Secundaris: 21,2% Superiors: 43,8%
Sexe	Dones: 48,8% Homes: 51,2%

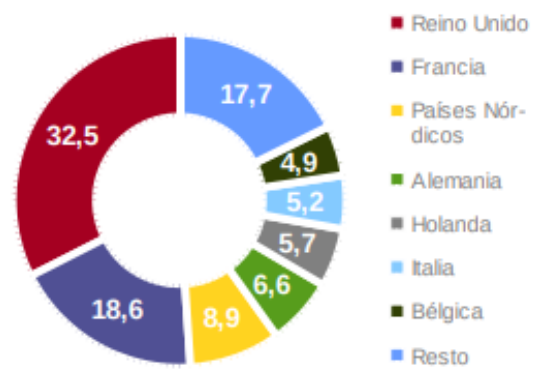
Taula 2: Característiques sociodemogràfiques dels turistes nacionals. Font: Agència Valenciana del Turisme

Finalment la valoració dels turistes residents en Espanya que visiten la Comunitat Valenciana es d'un 8,6 sobre una nota de 10.

En quant a la demanda estrangera, la nostra regió va ser visitada per 7.828.996 turistes no nacionals l'any 2016, que van romandre una mitjana de 10,6 dies.

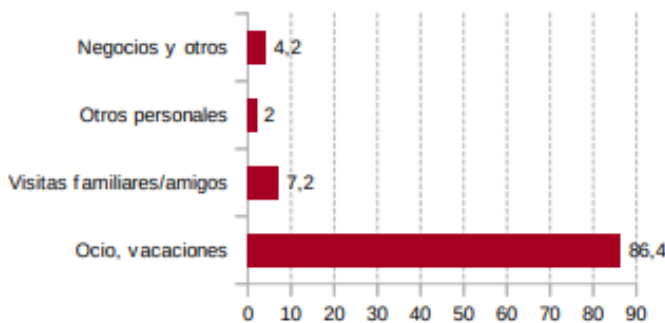
L'impacte del turisme de festivals a Espanya: El cas de Tavernes de la Vallidigna

El Regne Unit fou el principal mercat d'origen amb una cota del 32,5%, seguit pel mercat francès, un 18,6%, els països nòrdics, un 8,9% i el alemany amb un 6,6%. Els principals motius de viatges per a aquests mercats van ser el oci i les vacances, principalment, amb un 86,4%, seguit de la visita a familiars i amics, un 7,2%. D'altra banda, el turisme de sol i platja va representar un 71,6% dels viatges d'oci.



Imatge 4: Quota % dels turistes estrangers amb destinació CV. Font: Agencia Valenciana del Turisme

Els establiments hotelers són la modalitat d'allotjament preferida per els nostres turistes estrangers, un 40,2%, seguit de les cases de familiars o amics, un 22,6%, la segona residència, un 17,1%, i l'habitatge de lloguer, un 15,8%.



Imatge 5: Distribució dels viatges dels estrangers segons el motiu. Font: Agencia Valenciana del Turisme

Quan parlem de pernoctacions, l'estància en allotjament privat adquireix una major importància, un 70,5%. Aquest percentatge tan alt, és associat a una elevada estància mitjana en l'any 2016 que va ascendir a 19,4 dies en els turistes allotjats en segona residència i a 4 dies dels turistes allotjats en establiments hotelers. Dins del allotjament privat, el segon habitatge representa un 74% de les pernoctacions realitzades.

Algunes de les activitats que van realitzar els nostres visitants estrangers varen ser, principalment gaudir i utilitzar la platja (74%), compres (69%), visitar ciutats de la Comunitat Valenciana (48%), activitats de diversió (46%), activitats culturals (30%), visitar àrees naturals (20%), visitar familiars o amics (18%), activitats relacionades amb la gastronomia



Imatge 6: Distribució dels viatges dels estrangers segons el motiu oci. Font: Agencia Valenciana del Turisme

(17%), visita a parc temàtics (15%), activitats esportives (14%), entre altres.

El 74,6% dels turistes va utilitzar l'avió com a mitja de transport principal per aplegar fins a la nostra regió, front al 22% que es va desplaçar per carretera. De la majoria dels passatgers que varen arribar per aire a la Comunitat Valenciana, un 76,9%, varen utilitzar companyies aèries de baix cost. Cal destacar també, que un 67,9, arribà al aeroport d'Alacant (El Altet) i un 20,7% va arribar al aeroport de València (Manises).

Els turistes estrangers varen gastar al voltant de 7.500 milions d'euros. La despesa mitjana per viatge s'estima en 957 euros i la despesa mitjana diària en 90 euros. El turista de sol i platja va tenir una despesa diària de 82,30 euros, el turista cultural va gastar 120,50 euros diaris i el turista esportiu un total 131,30 euros diaris.

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

ANY 2016	
Edat	15-24: 7% 25-44: 38,7% 45-64: 41,3% 65 i més: 13%
Situació laboral	Ocupat: 77% Parat: 0,7% Estudiant: 3,7% Jubilat o pensionista: 16,7% Altres: 1,9%
Estudis	Primaris o menys: 4,1% Secundaris: 33,3% Estudis superiors: 62,6%
Sexe	Dones: 42,9% Homes: 57,1%

Taula 3: Característiques sociodemogràfiques dels turistes estrangers. Font Agència Valenciana del Turisme

Per a acabar, la valoració dels turistes no residents al nostre país, que visiten la Comunitat Valenciana es d'un 8,7 sobre una nota de 10.

4. Impacte turístic

Els festivals de música són una maquina per atraure visitants a qualsevol municipi, i per tant, fomentar així el turisme de la població on es celebra, però també de la zona que l'envolta.

Conscients de la repercussió d'aquestes cites tan importants, la Generalitat Valenciana y la associació de promotors musicals Musicpro van decidir crear Musix una marca en la que es refugien diversos festivals, des de l'Arenal Sound fins als concerts que es celebren als Jardins de Vivers en València. En canvi, la Diputació de Castelló va decidir apostar per la marca local de "Castellón, tierra de festivales", una guia turística per a la promoció de les cites musicals que es celebren a la província.

S'ha arribat a qualificar als festivals de música com la nova "paella" del turisme i es que no és per a menys. L'any passat tots els festivals celebrats a la Comunitat Valenciana, va contar amb mes d'un milió d'assistents aportant un total de 128,8 milions d'euros. Aquest esdeveniments s'han convertit en un negoci fonamental al nostre país, per això la Agencia Valenciana de Turisme (AVT) promociona les seues pròpies marques turístiques de festivals com hem dit anteriorment: Musix Festivals i una altra anomenada Mediterranean Fest.

L'objectiu d'aquesta acció naix de la necessitat de promoure la musica en terres valencianes i recolzar tots els festivals de la zona, ja que aquests "fan" molts turistes potencials per al futur. Segons el secretari autonòmic de Turisme de la Comunitat, Francesc Colomer, " els festivals ens internacionalitzen, generen industria cultural i prestigi". De fet, si analitzem les dades de la tabla d'assistència als festivals d'Espanya, observem els dos mes visitats són cites musicals valencianes que superen els 220.000 assistents: el Arenal Sound y el Rototom. Del quasi un millar d'esdeveniments sols deu dels mes grans atrauen més d'1,6 milions de persones, i segons estimen els seus organitzadors tenen un impacte econòmic que supera els 400 milions d'euros.

4.1. Visitants

Cada any són més les persones que acudeixen als festivals, sobre tot a aquells que es celebren al llarg dels mesos d'estiu. Son molts els festivals que han tingut que augmentar l'aforament de públic, per l'alta demanda d'entrades. A més a més, s'ha de sumar el

factor meteorològic, ja que el nostre país en general pot presumir d'un oratge perfecte durant tot l'any, a excepció d'alguns mesos. Al cas de la Comunitat Valenciana, sol tenir unes temperatures càlides quasi sempre, i açò es el que fa que les organitzacions d'aquests festivals es decantin per la nostra autonomia a l'hora de realitzar aquests macro esdeveniments.

Aquests festivals atrauen majoritàriament a un públic jove que és aquell que acudeix als concerts i roman a la zona d'acampada, altres tipus de públic com els adolescents o el adults solen acudir als concerts però, no a la zona d'acampada que habiliten algunes organitzacions dels propis festivals. Cal dir, però, que sempre hi ha excepcions.

El públic cada vegada és un públic més exigent, busquen acudir a uns grups concrets, així com activitats addicionals als concerts, instal·lacions modernes, etc.

En un estudi realitzat per l'empresa Ticketea podem observar els hàbits dels assistents als festivals. En primer lloc, el 78% dels enquestats acudeixen a 2 o més festivals al llarg de l'any. En segon lloc, el 46% compra les entrades només ixen a la venta, el 49% espera a les confirmacions d'artistes que els agraden i el 5% restant compra les entrades a ultima hora. Finalment, la gent es decideix a acudir primer pel cartell, segon pels amics que hi acudeixen i tercer per l'experiència d'haver assistit anys anteriors.

En la enquesta també es tracten altres temes, un 59% pensa que no hi ha gran varietat d'artistes, ja que estos es repeteixen en molts festivals. Un 70,7% descobreix l'existència del festival a traves de les xarxes socials.

En quant al transport preferit per arribar fins al festival la resposta es divideix entre menors de 25 anys que prefereixen un 43,1% el cotxe, un 35,8% l'autobús, un 9,4% el tren i un 1,7 l'avió. En canvi els majors de 25 anys prefereixen un 71,4% el cotxe, un 9,7 l'autobús, un 9,7% el tren i un 4,7 l'avió.

En allotjament, un 80,6% dels menors de 25 anys prefereixen el càmping de l'organització front al 28,9% dels majors de 25. Un 56,3% dels majors prefereix allotjar-se en apartaments o hotels, en canvi els dels menors sols ho prefereix un 10,7%.

Dels assistents als festivals un 54% son dones front al 46% d'homes, a més, les edats son un 57.8% espectadors entre 16-29 anys i un 28.7% entre 30-39 anys, el 13.5% restant es gent de diferents edats.

L'enquesta conclou dient que l'aspiració d'un 54,78% dels assistents es poder veure als seus grups musicals favorits sobre tot si són internacionals i tan sols un 12% del assistents van a descobrir nous grups.

En canvi, segons un estudi realitzat a Bèlgica, dels assistents al reconegut festival internacional *Tomorrowland*, un festival que es celebra anualment a la ciutat de Boom, manifesta que les preferències dels seus assistents son la música, seguit de la festa i l'acció socialitzar-se amb la gent assistent, així com conèixer nous amics. Podem observar, el canvi de la gent que acudeix a festivals internacionals de la que acudeix a festivals a nivell nacional; la socialització.

4.2.Promoció

La promoció dels festivals és una acció molt important, per a que aquests esdeveniments es pugen celebrar, ja que en alguns casos ha hagut de suspendre's alguns festivals per la falta d'assistents o per ser impossible desemborsar una xifra elevada de diners per a la inversió inicial.

Aquesta promoció sol realitzar-se mitjançant les pàgines webs oficials del propis festivals, com hem dit anteriorment, també a través de les xarxes socials per a poder arribar així a un major nombre de persones.

A la majoria de les webs oficials dels festivals, apart de comprar l'entrada també pots trobar els diferents serveis que pots trobar al recinte on es celebra. També s'ofereixen possibilitats d'allotjament com és la zona d'acampada, que en alguns festivals has de comprar apart de l'entrada normal mentres que, a altres, l'allotjament esta inclòs amb el preu de l'entrada.

La promoció no és gens senzilla, pel que comença a realitzar-se pràcticament una vegada acaba el festival del any anterior. En la majoria de webs oficials es pot trobar un compte enrere amb els dies que falten per a que arribi la propera edició, a més de indicacions de com aplegar, contacte, packs de beguda, o tendes de campanya com es el cas del

Viña Rock, que ofereix un càmping amb sols parcel·la i un altre amb tendes de campanya ja muntades per a aquells que no tinguen facilitat per muntar-les.

Per altra banda, van apareixent els grups confirmats i van creant així el nou cartell, també es promocionen via web les activitats complementaries que es realitzen dins o fora del recinte com espectacles, tallers, jocs, xarades, etc.

Per a una major promoció del esdeveniment, sempre es sol recórrer a empreses privades amb potencial per així poder atraure a un major nombre d'assistents. Es solen publicar anuncis per Facebook, Twitter o Instagram on el públic pot pujar els seus vídeos o fotos mentre està veient un concert, de manera que connecten a tota la comunitat d'internautes. També entren en joc els *influencers*, patrocinadors, youtubers, marques, mitjans de comunicació, fans i fins i tot els propis artistes, que al mateix temps també publiquen els seus concerts a les seues pròpies pàgines web¹³.

Les entrades també poden ser adquirides a altres pàgines web que es dediquen a la venda d'entrades per a espectacles, teatres, festivals, concerts, etc. A més a més, en aquest tipus de webs, els usuaris poden conèixer els pròxims esdeveniments, escriure comentaris sobre el que pensen, compartir experiències amb altres usuaris... El més important es fidelitzar als usuaris per a poder assegurar així cert èxit.

5. Impacte econòmic

L'impacte econòmic no es queda sols en l'organització dels festivals sinó que també afavoreix al l'hosteleria i a les petites empreses de la zona, que augmenten el ingressos durant el festival.

Aquests esdeveniments generen ocupació tan directa per a la realització i organització com indirecta als supermercats, bars o restaurants d'on es celebra. Aquest tipus de turisme posseeix també un impacte positiu en l'economia dels municipis del voltant.

Per exemple, l'any 2016, la Diputació de Castelló, segons la notícia publicada al periòdic *El Mundo*¹⁴, esperava la creació de 5.000 llocs de treball tan directes com indirectes, en

¹³ Ticketea 2018

¹⁴ *El Mundo* 2018

els 15 festivals que tenien lloc al llarg de l'estiu al territori castellonenc. Segons aquesta institució, esperaven atraure a 650.000 espectadors. Cal destacar que dels festivals que es realitzen a la província de Castelló, el FIB reuneix al públic anglès, el Rototom tot tipus de públic i el Arenal Sound nacionals i europeus. L'impacte econòmic que varen generar aquests festivals l'any 2015 va superar els 45 milions d'euros.

En canvi, sols el Medusa, va deixar un impacte econòmic de 22 milions d'euros a Cullera i amb l'atracció de 165.000 assistents es converteix en el festival més nombrós d'Espanya en la seua categoria, música electrònica. D'altra banda, l'organització va estimar que en la passada edició, durant els mesos previs al festival i durant els dies de l'esdeveniment es van crear al voltant de 1.200 llocs de treball entre directes i indirectes, segons l'agència EFE¹⁵.

Els visitants es van deixar marca a Cullera, tant a hotels, en els quals hi havia una ocupació del 100%, com als apartaments, comerços o bars, molts d'ells van esgotar existències. A més a més, es van desviar pernoctacions fora de la ciutat ja que el municipi no podia albergar tanta demanda, sense oblidar la gran quantitat de turistes que estan de manera habitual a la ciutat, independentment de la celebració del festival.

De totes les despeses que realitzen els visitants a aquest tipus de festivals, cadascun d'ells deixa una mitjana de 500 euros al municipi, incloent el viatge, l'allotjament i la manutenció durant tots els dies que romanen al festival. Al ser un sector que atrau a un major nombre d'assistents anualment, podríem dir que és un sector en creixement. Com ja hem dit anteriorment, aquest tipus de turisme esta en auge a Catalunya, País Basc i a la comunitat Valenciana.

Algunes de les zones on es celebren aquest tipus d'esdeveniments posseeixen una ampla gama d'oferta d'allotjament perquè tots els visitants pugen trobar on dormir, però no és el cas de totes elles. Per això, en alguns llocs es celebra el festival per així atraure a gent al municipi i poder créixer turísticament parlant. Amb el que si que han de contar els municipis es amb recursos on poder reunir a tanta gent, es a dir recintes

¹⁵ Agència EFE 2018

públics per a fer els concerts així com esplanades per a poder fer d'elles càmpings durant els dies del festival.

El món de la música ha anat creixent any darrere any, així com la seua facturació tot i la pujada del IVA cultural per part del Govern espanyol. Espanya es el país europeu amb la taxa més elevada en quant a la cultura. L'any 2017 es va veure efectiva la baixada de l'IVA i es que, des de juliol del 2012, ha estat al 21%, mantenint-se així durant cinc anys. Segons l'Associació de Promotors Musicals, el món de la música va passar de recaptar 260 milions d'euros en el 2010 als 181 i 158 milions de l'any 2012 i 2013, respectivament.

Des de el 29 de juny del 2017, l'IVA va passar del 21% al 10% en les entrades de tots els espectacles en directe (arts escèniques, concerts, festivals de música, circ i bous), en discoteques, biblioteques i museus. Però aquesta reducció no és per a tots ja que, en aquesta baixada, no està inclòs el món del cine, la música gravada i els llibres digitals que aquests si que mantenen el 21% d'impost. En canvi el llibre amb format paper tan sols compta amb un 4% d'IVA.

Al diari *La Razón*¹⁶, trobem una notícia en la que explica que el negoci de la música en viu torna a créixer en 2016 un 14,7% més respecte a l'any 2015. Aquesta pujada s'atribueix a la consolidació dels festivals i les grans gires internacionals, segons Alberto Salmerón, president de la Associació de Promotors Musicals (APM). La gira internacional que més espectadors va reunir va ser la de Bruce Springsteen, 160.000 persones. Mentre que la gira més popular va ser la de Manuel Carrasco amb 282.000 assistents en els 48 concerts que la composaven.

6. Legislació dels festivals de música a la Comunitat Valenciana

Segons la informació proporcionada per el PROP¹⁷, la legislació d'aquests tipus d'espectacles es regeix per la normativa de cada Comunitat Autònoma. Com és ben sabut, la normativa en les diferents CC.AA canvia respecte a la concessió de una llicència, els segurs de responsabilitat civil, les fiances, el personal necessari, i per qui son

¹⁶ *La Razón* 2018

¹⁷ Oficina d'atenció al ciutadà de la Comunitat Valenciana 2018

realitzades les inspeccions, si pels ajuntaments, l'administració pública o la pròpia comunitat autònoma.

Per tant, cada festival ha de complir una normativa depenent del lloc on es realitzi, i açò pot diferir entre les CC.AA. Afavorirà, doncs a aquelles comunitats que tinguin una legislació menys estricta o que posseeix un major nombre de possibilitat de poder realitzar el festival sense cap problema.

A l'hora de realitzar un espectacle al aire lliure s'ha de demanar una sol·licitud, anomenada "Sol·licitud d'autorització per a la celebració d'espectacles públics i activitats recreatives de caràcter extraordinari, excepcional o singular amb un increment de risc".

6.1. Que es pot sol·licitar i quan sol·licitar-ho

Sempre que es faça una activitat reconeguda al catàleg annex a la Llei 14/2010, de 3 de desembre de la Generalitat, de Espectacles Públics, Activitats Recreatives i Establiments Públics, s'haurà de sol·licitar una autorització especial per a poder realitzar-se. La dita sol·licitud ha d'estar adreçada a la Conselleria de Governació i Justícia.

A més a més, tots aquells espectacles que es realitzen en un recinte no previst al catàleg annex de la Llei 14/2010, haurà també de demanar un permís especial a la mateixa Conselleria.

Aquesta autorització s'ha de presentar amb una autorització mínima de 15 dies hàbils a la celebració del mateix.

6.2. On dirigir-se

La presentació de la sol·licitud, es pot fer de dues maneres, en primer lloc de manera presencial en els registres de qualsevol òrgan administratiu que pertanyin a l'Administració General de l'Estat, en qualsevol Administració de les Comunitats Autònomes o als ajuntaments dels municipis, entre altres. També es pot realitzar de manera telemàtica en la mateixa pagina web del PROP.

6.3.Documentació a presentar

S'haurà de presentar la sol·licitud emplenada correctament en qualsevol dels llocs indicats anteriorment, i en el cas de ser una persona jurídica, haurà de presentar còpia confrontada de l'escriptura de constitució i el CIF de la societat, així com els poders de representació donats per l'empresa.

Junt a la sol·licitud també es presentarà una declaració referida al establiment on es realitza l'esdeveniment, a efectes d'acreditar que aquest compta amb els requisits i condicions legalment exigides.

Ací, cal sumar una memòria i documentació gràfica relativa al càlcul de l'aforament i la declaració de les vies i recorreguts d'evacuació del aforament, certificat de finalització del muntatge de les instal·lacions, certificació acreditativa de la contractació d'una assegurança de responsabilitat civil que cobreixi l'exercici de l'espectacle, document que acrediti la cessió de l'establiment al organitzador de l'espectacle, autoritzant-lo per a la seua realització (en el cas de ser necessari). També una memòria referent a elements i instal·lacions provisionals subscrietes pel tècnic competent i el compromís d'emetre el certificat de finalització del muntatge de les instal·lacions amb anterioritat al inici del esdeveniment, entre altra documentació a aportar.

6.4.Tramitació

Després de presentar tota la documentació anteriorment citada, la sol·licitud serà redirigida a la Unitat Tècnica corresponent, aquesta unitat serà l'encarregada de concedir o denegar l'autorització, notificant així a l'organitzador amb antelació a la data d'inici del esdeveniment.

La Conselleria, comunicarà a la Delegació o Subdelegació del Govern i l'ajuntament respectiu, l'autorització que ha atorgat per al esdeveniment de caràcter extraordinari no podent-se realitzar la celebració sense haver rebut l'autorització.

7. Calendari de Festivals 2018

GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL
1 WAM Madrid (Madrid) 2 al 7 Actual Festival (Logronyo)	3 i 4 El dia de la marmota (Sevilla) 16 i 17 Festival CARA-B (Barcelona) 24 Gazpatxo Rock (Ayora-Valencia)	2 al 4 Ebrofest (Miranda del Ebro-Burgos) 16 i 17 Primavera trompetera (Jerez de la Frontera-Cadis) 29 al 31 Sansan Festival (Benicàssim-Castelló) 30 al 31 Daydream Festival (Montmeló-Barcelona)	6 i 7 Lapsus (Barcelona) 12 al 14 Extremúsika (Caceres) 12 al 15 Gijón Sound Festival (Gijón-Asturias) 26 al 29 Elx Live Music Festival (Elx-Alacant) 27 al 29 ElectroSplash (Vinaròs-Castelló) 28 al 30 Viña Rock (Villarobledo-Albacete)
MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST
4 i 5 WAM Estrella de Levante (Murcia) 11 i 12 Mallorca Live Festival (Palma de Mallorca) 11 i 12 Montgorock Festival (Xàbia-Alacant) 12 En Orbita (Granada) 17 al 19 Sueños de Libertad (Sant Antony de Portmany-Eivissa) 18 i 19 Interestelar (Sevilla) 18 al 20 Red Pier Fest (Castelló) 19 Rock 'n' Blues Festival (Badajoz) 25 i 26 Iruña Rock (Iruña) 25 al 27 Spring Festival (Alacant)	7 al 10 Palencia Sonora (Palència) 8 i 9 El Festival (Barcelona) 8 i 9 Festival de les Arts (València) 8 i 9 Paraíso Festival (Madrid) 10 Rock Forever Festival (Benidorm-Alacant) 14 al 16 Sónar (Barcelona) 15 i 16 Animal Sound Festival (Murcia) 16 Castalla Sun Festival (Castalla-Alacant) 22 i 23 A Summer Story (Arganda del Rey-Madrid) 28 al 30 Download Festival (Madrid) 28 al 30 O Son do Camiño (Santiago)	4 al 7 Weekend Beach Festival Torre del Mar (Màlaga) 5 al 7 Alterna Festival (El Bonillo-Albacete) 5 al 7 Cabo de Plata (Barbate-Cadis) 5 al 7 Rock Fest (Barcelona) 6 i 7 Music Port Fest (Sagunt-València) 6 i 7 Valencia Music Experience (València) 7 CanetRock (Canet de Mar-Barcelona) 10 al 15 Alrumbo Festival (Chiclana-Cadis)	1 al 5 Los Álamos beach Festival (Estepona-Màlaga) 1 al 4 The Juergas Rock Festival (Adra-Almeria) 2 al 4 Festival Sonrías Baixas (Bueu-Pontevedra) 2 al 4 Santander Music (Santander) 8 al 12 Dreambeach Villaricos (Cuevas de Almanzora-Almería) 8 al 11 Leyendas del Rock (Villena-Alacant) 8 al 13 Medusa SunBeach (Cullera-València) 8 al 12 Sonorama Ribera (Aranda de Duero-Burgos)

L'impacte del turisme de festivals a Espanya: El cas de Tavernes de la Vallidigna

<p>30 al 3 de juny Primavera Sound (Barcelona)</p>	<p>de Compostela-A Coruña) 29 i 30 4ever Valencia Fest (València)</p>	<p>11 al 14 Resurrection Fest (Viveiro-Lugo) 12 al 14 BBK Live (Bilbao-Bizkaia) 12 al 14 Cruïlla (Barcelona) 12 al 14 Mad Cool Festival (Madrid) 12 al 14 Feslloch (Benlloc-Castelló) 13 al 22 Pirineos Sur Festival (Huesca) 18 al 21 Fuengirola Pop (Fuengirola- Malaga) 19 al 21 Pirata Rock (Gandia) 19 al 22 FIB (Benicàssim- Castelló) 20 i 21 Rockejat (Torrent-València) 20 al 24 Música en Grande (Santander) 25 al 29 Iboga Summer Festival (Tavernes de la Vallidigna-València) 27 i 28 Imagina Funk (Torres-Jaén) 27 al 29 LOW Festival (Benidorm- Alacant) 28 Tentacle Summer Fest (Foz- Lugo) 31 al 5 d'agost Arenal Sound (Borriana-Castelló)</p>	<p>16 al 18 Rabolagartija (Villena-Alacant) 16 al 19 Aquasella (Ariondas- Asturias) 16 al 22 Rototom Sunsplash (Benicàssim- Castelló) 17 al 19 CoolturalFest (Almería) 23 al 25 Mediterrànea Festival (tavernes de la Vallidigna- València) 30 al 1 de setembre Ebrovisión (Miranda de Ebro- Brugos) 31 al 1 de setembre BEF (Benicàssim- Castelló) 31 al 2 de setembre Paral·lel Festival (Guardiola de Berguedà- Barcelona)</p>
<p>SETEMBRE</p>	<p>OCTUBRE</p>	<p>NOVEMBRE</p>	<p>DECEMBRE</p>
<p>7 al 9 Zaidin Rock (Granada)</p>	<p>11 al 13 Mugako Festival (Gasteiz) 11 al 13 Festardor (Betera-València)</p>	<p>8 al 10 Mira Festival (Barcelona)</p>	<p>6 al 9 Purple Weekend (Lleó) 7 al 9 Secret festival (Sant Pere)</p>

L'impacte del turisme de festivals a Espanya: El cas de Tavernes de la Vallidigna

<p>7 al 9 Festival de la luz (Boimorto-A Coruña)</p> <p>8 DCODE (Madrid)</p> <p>14 i 15 Donostia Festibala (San Sebastian-Gipúzcoa)</p> <p>12 al 16 WOS Festival (Santiago de Compostela)</p> <p>14 i 15 AnfiRock (Isla Canela-Huelva)</p> <p>21 i 22 Granada Sound (Granada)</p> <p>21 al 24 BAM (Barcelona)</p> <p>28 i 29 Rockefeller Festival (Caceres)</p> <p>29 Gran Canaria SUM Festival (Las Palmas de Gran Canaria)</p>	<p>12 al 14 AMFEST (Barcelona)</p> <p>26 i 27 BIME (Barakaldo-Bilbao)</p> <p>27 i 28 Pintor Rock (Morell-Taragona)</p> <p>31 Bilbao Halloween Festival (Bilbao)</p>	<p>9 i 10 Gasteiz Calling (Gasteiz)</p> <p>24 i 25 Horteralia (Caceres)</p>	<p>de Ribes-Barcelona)</p> <p>29 al 31 Festivern (Tavernes de la Vallidigna-València)</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------

Taula 4: Calendari festivals 2018. Font: Elaboració pròpia a partir de Beatmashmagazine.



Imatge 7: Festivals més representatius d'Espanya. Font: Elaboració pròpia



Imatge 8: Festivals celebrats a la Comunitat Valenciana. Font: Elaboració pròpia

8.El cas de Tavernes da la Vallidigna: el Festivern

A continuació estudiarem el cas particular de Tavernes de Vallidigna on es celebra un festival any rere any: el ja conegut Festivern. Es celebra des de l'any 2004 al mes de desembre, i aquest any serà la 14^o edició.

8.1.Geografia.

Tavernes de Vallidigna es un municipi de la comarca de la Safor, dins de la subcomarca de la Vallidigna de la qual es capital. Es troba 56 kilòmetres de València i a 16km de Gandia.

8.2.Monuments i llocs d'interès

L'església parroquial de Sant Pere esta declarada com a bé de rellevància local; es situa en el centre urbà de Tavernes. Destaca el rellotge de sol i la porta lateral que esta orientada cap al monestir de la Vallidigna.

Altres monuments com la torre de Guaita o el castell de Tavernes, son declarats bé d'interès cultural (BIC). Com a bé de rellevància local també podem trobar l'ermita del

Crist del Calvari, l'antic hospital de San Roc, l'edifici de l'ajuntament i l'església parroquial de Sant Josep (una ermita reconvertida en parròquia).

Tavernes disposa de dues de les millors platges d'arena del litoral: la platja de Tavernes i la platja de la Goleta, amb un total de 6km de costa i motes encara visibles. Constitueixen un bon lloc on descansar, prendre el sol, banyar-se, fer esport, etc. Les platges disposen del distintiu de bandera blava.

En les zones prop de la platja podem realitzar visites de caràcter mediambiental; el ullals Grans, de les Penyetes i del Gat que son brolladors d'aigua natural amb vegetació de marjal. A la desembocadura del riu Vaca al límit entre Xeraco i Tavernes podem observar tot tipus d'aus aquàtiques.

En quant a senderisme, Tavernes es un municipi que compta amb diversos camins habilitats y senyalitzats per a realitzar tal activitat. El recorregut mes popular entre els vellers es l'ascens a la muntanya de les Creus, a 560 metres d'altitud sobre el nivell del mar. A més a més, existeix la tradició de pujar a questa muntanya l'1 de maig. Les vistes des de dalt d'aquesta muntanya son espectaculars, ja que alguns dies clars es pot arribar a veure València, Eivissa o Dénia. Altres rutes son la de la font de la Sangonera o la de la muntanya de l'Ombria. Segons es recull a la pagina web de turisme del municipi de Tavernes¹⁸.

8.3.El Festivern

És un festival que s'ha convertit en un dels més atractius a Tavernes i que es celebra de forma continuada des de l'any 2011. Cada vegada genera mes expectació ja que es un esdeveniment on es potencia la normalització de la música en valencià, la promoció de grup joves i la difusió de diferents gèneres musicals.

La primera edició del Festivern va ser celebrada a Pedreguer (Marina Alta) el cap d'any de 2004. En aquell precís moment va nàixer el conegut com a festival d'hivern de les comarques centrals valencianes. Des d'aleshores el Festivern es va anar organitzant per

¹⁸ Turisme Tavernes de la Vallidigna 2018

diversos pobles i ciutats, excepte al 2009 que no va ser possible celebrar aquest esdeveniment ja que no es va trobar un espai adient on realitzar-se.

8.4. Edicions

Com bé hem dit anteriorment, la primera edició fou celebrada a Pedreguer, allí actuaren grups amb èxit com: Obrint Pas, Brams, La Gossa Sorda i Pirat's Sound Sistem. Aquell any es va omplir de festa i música l'escenari, per ser un festival molt esperat entre els joves valencians.

Tant la segona com la tercera edició, es a dir l'any 2005 i l'any 2006, es varen celebrar a Ontinyent- Aquests anys, els cartells estaven plens tant de grups coneguts com grups nous, acabats de formar amb ganes de emprendre una carrera d'èxit en el mon de la musica, fins i tot cantants en solitari. Alguns d'ells varen ser: Berri Txarrak, Boikot, Mesclat, el Corredor Polonés, L'Ham de foc, la Carrau, la Kermés, Sva-ters, VerdCel, Feliu Ventura, Pep Gimeno 'Botifarra', Paral·lel 84, Skalarriak, Def con Dos i Inershow.

A aquestes edicions es varen realitzar activitats esportives com el Triatló de Pingüins al Pou Clar o visites guiades pels carrers del centre històric de la ciutat d'Ontinyent. També, a partir d'aquest moment es varen ampliar els dies de concerts així com el nombre de grups participants .

La quarta edició, per l'any 2007, es va traslladar a Benifairó de Valldigna. Va ser una edició marcada pel mal oratge i pluges. Però, s'havien d'aprofitar els dies que fins el proper any no tornava a haver-hi aquest festival. Ací, varen actuar grups com: Banda Bassotti, Desgavell, New York Ska Jazz Ensemble, Soziedad Alkoholika, Inòpia, Rapsodes, Voltors, Agraviats, Atzukak, Sak de Gats, Cesk Freixas i Pau Albajos. A més, al igual que en l'anterior edició, ací també es varen realitzar activitats culturals i esportives paral·leles a la festa.

La cinquena edició, l'any 2008, es va celebrar a Alcoi, però aquesta va ser una versió més reduïda del que vertaderament era el Festivern. En aquesta edició, varen actuar: Gossa Sorda, Salsamuffin Sound System, Che Sudaka, Arthur Caravan, Amanita Suit i Tashkenti.

La sexta edició es va celebrar a la localitat de Gandia, l'any 2010, després de la decisió de l'organització de aturar l'any 2009. Aquesta edició va ser molt esperada per part del

públic, ja que van estar un any, sense poder disfrutar del festival de Cap d'Any. Alguns dels grups que van actuar aquest any foren: Soziedad Alkoholika, Voltors, Agraviats, Boikot o Banda Bassotti.

Des de l'any 2011, el festival va aterrar a Tavernes, per a no tornar a despegar mes de moment. Aquest municipi ha vist com es consolida el festival com la millor proposta per passar el Cap d'Any. Comptant amb la passada edició, la del any 2017, son 7 edicions les que s'han celebrat a Tavernes, i durant totes elles han passat artistes com: Orxata, Aspencat, Tardor, Auxili, Txarango, La Gossa Sorda, La Raíz, La Pegatina, Arrap, Panoràmix, Voltor, Atzembla, Termofríguds, Feliu Ventura, Bongo Botrako, Los Chikos del Maíz, Odi, Sant Gatxo, Miquel Gil, Pep Gimeno Botifarra, Komfussió, Eskak al Rei, Inèrcia, Smoking Souls, Atupa, Kaoba, Destroi, Les Oques Grasses, Plan B, El Corredor Polonès, Sénior i el Cor Brutal.

Les activitats que es realitzen ací son moltes: xarangues, correbars, partides de pilota valenciana, torneig de futbol, paelles i vermutos populars que han omplert de festa, màgia i cultura els dies i les nits del Festivern.

L'any 2014, es celebraven els primers 10 anys d'un dels festivals més joves de la Comunitat Valenciana, per això es va celebrar amb bandes vingudes de França, Itàlia, Galícia i Sardenya. Des d'aleshores es un festival que creix any darrere any i sembla que li queden moltes dècades per complir.

Edició	Any	Municipi i comarca
1^a	2004	Pedreguer (Marina Alta)
2^a	2005	Ontinyent (Vall d'Albaida)
3^a	2006	Ontinyent (Vall d'Albaida)
4^a	2007	Benifaió de la Vallidigna (La Safor)
5^a	2008	Alcoi (L'Alcoià)
	2009	No es realitza
6^a	2010	Gandia (La Safor)
7^a – 13^a	2011 - 2017	Tavernes de la Vallidigna (La Safor)

Taula 5: Edicions celebrades del Festivern. Font: Festivern.

8.5. Localització

El festival es divideix en dos parts. D'una banda, la zona on es realitzen els concerts i, d'altra, la zona de càmping. La zona de concerts esta situada junt al poliesportiu municipal, condicionada amb una carpa per que tots el assistents pugen estar coberts en cas de mal oratge o de fred. I la zona d'acampada esta situada a una esplanada que disposa l'ajuntament a l'entrada del poble. Aquesta zona, degut a l'acollida que te per part del públic assistent ha hagut d'ampliar-se en els darreres anys, fent-la mes gran per així poder abastir mes gent.

Al Festivern es pot arribar de diverses maneres; amb cotxe, amb els autocars de l'organització o amb tren. També es possible aplegar amb avió al aeroport de València i des d'allí desplaçar-se amb tren fins a Tavernes de la Vallidigna. Cal dir que la majoria d'assistents acudeixen amb el seu propi cotxe, encara que també es molta la gent que opta per l'autocar com a mitja de desplaçament.

A més a més, l'ajuntament posa a la disposició dels "festiverners" una esplanada amb cabuda per a més de 300 vehicles per així no llevar serveis al seu veïnat.



Imatge 9: Mapa del Festivern. Font: Google Maps.

8.6. Visitants

Com ja hem explicat anteriorment, el Festivern s'ha celebrat a diverses localitats al llarg dels seus anys d'història. Nosaltres ens centrarem amb els visitants de Tavernes de la Vall d'Albaida.

L'any 2011 va ser el primer any de celebració del festival, en el qual, s'esperava moltíssima menys gent de la que es va presentar. En un principi els concerts anaven a ser celebrats al pavelló cobert del poliesportiu municipal, al costat d'on es celebra actualment, però l'última setmana es va disparar la venda anticipada d'entrades, cosa que va obligar a l'ajuntament a pensar una altra alternativa. Es va haver d'habilitar un altre espai amb una carpa de 60 x 30 metres per poder donar cabuda a al més de 5000 persones.

El top 10 de les províncies d'on provenen els visitants del Festivern són:

Posició	Província
1 ^a	València
2 ^a	Alacant
3 ^a	Castelló
4 ^a	Tarragona
5 ^a	Barcelona
6 ^a	Madrid
7 ^a	Múrcia
8 ^a	Albacete
9 ^a	Granada
10 ^a	Saragossa

Taula 6: Top 10 visitants ordenats per províncies. Font: Festivern

La majoria de la gent proveint són de les comarques centrals valencianes, però destacar la comarca de la Safor, la Ribera Baixa, la Ribera Alta i la Vall d'Albaida, ja que són les comarques confrontants. En les últimes edicions hi ha hagut un gran increment d'assistents de Madrid, Múrcia, Albacete, Granada i Saragossa.

La paraula Festivern té 69.800 resultats a Google, 12.300 al afegir la paraula Tavernes de la Vall d'Albaida i 1.610 vídeos. A més, cal dir que són in comptables les vegades que s'ha

fet referència a Tavernes i al Festivern a les xarxes socials. L'any 2013, va sorgir una proposta per les xarxes, en concret a Facebook, en la que els assistents demanaven polseres de tela per al festival, ja que en les edicions passades havien segut de paper. La proposta va tindre tan de ressò que l'organització va decidir fer polseres de tela, des d'aleshores que totes les edicions son aquestes polseres les que acrediten ser posseïdor d'una entrada i per tant poder accedir a la zona de concerts.

8.7. Impacte econòmic

La realització d'aquest tipus d'esdeveniment afavoreix l'economia del municipi, dinamitzant-se el comerç local.

L'ajuntament de Tavernes va realitzar l'any 2014 un informe¹⁹ sobre l'impacte econòmic amb l'objectiu de conèixer el perfil dels visitants i una aproximació al patró de despesa. Les entrevistes es feren al llarg del període de duració de l'esdeveniment i els dies posteriors en diferents punts de la ciutat. Es va fer, també un registre d'assistents directament des de la zona d'acampada que va acollir un total estimat de 6.500 persones en la tercera edició del festival realitzat a la ciutat.

La metodologia dels estudis d'impacte econòmic es distingeixen tres tipus d'efectes: directes, indirectes i induïts. Quan parlem de d'efectes directes ens referim a tota la inversió inicial i necessària per a posar en marxa l'esdeveniment: despeses de l'Ajuntament amb els treballadors municipals i Policia Local, servei extraordinari de neteja, seguretat i vigilància, lloguer de banys portàtil, ampliació del servei d'autobusos que connecten l'estació ferroviària de la platja amb el poble, actuacions que es realitzen per recolzar al festival.

Segons les dades facilitades per l'Ajuntament, aquests costos serien:

Despeses per a l'Ajuntament	Cost (en euros)
Cabines sanitàries	4.632
Ampliació del servei d'autobús	1.050
Vigilància durant els dies del festival	20.644

¹⁹ Realitzat pel regidor Josep Llàcer

Actuacions	4.150
<u>TOTAL</u>	30.476

Taula 7: Despeses incloses dins dels pressupostos de l'Ajuntament de Tavernes de la Vallidigna. Font: Ajuntament de Tavernes de la Vallidigna.

Per tant, descomptant els ingressos es van obtenir 19.441,05€. Les despeses realitzades per l'organització en empreses locals i taxes van ser 14.640,69€. El total del efectes directes serien 36.698€.

En quant als efectes indirectes es refereixen a les despeses que realitzen els visitants al esdeveniment, relacionats directament amb la demanda explícita, allotjament, restauració, compres, etc. Després d'efectuar-se les entrevistes pertinents s'observa que la despesa mitja al Festivern és d'entre 25 i 35 euros per persona i dia, lo que suposaria un impacte econòmic entre 375.000 i 525.000 euros totals.

Finalment, quan parlem d'efectes induïts, es necessari estudiar com les despeses directes i indirectes broten cap als sectors productius per a conèixer i determinar l'efecte o impacte total sobre els sistema econòmic local. Un aspecte molt important dels efectes induïts son la publicitat i la promoció que el Festsivern ha donat al municipi. Tavernes s'ha fet ressó als mitjans de comunicació; TV, ràdio, premsa i xarxes socials. Entre el 8 de desembre i el 8 de gener de l'any 2013 i 2014, respectivament, més de 20.000 persones val accedir a la pàgina web oficial (Veu, 2018).

8.8. Allotjament i restauració

Com ja hem dit anteriorment, el Festivern, compta amb una zona d'acampada en la que els assistents poden descansar durant els tres dies que dura el festival. L'organització posa a la disposició de tothom dutxes i serveis al poliesportiu així com "policlins" a la mateixa zona d'acampada. El carrer just enfront del càmping es poden trobar molts bars que abasteixen totes les necessitats dels *festiverners*. Cal dir que també hi ha grans supermercats prop així com tendes locals que durant aquests dies s'enriqueixen del que deixa el festival.

El municipi de Tavernes compta amb poca oferta d'allotjament, sobre tot al poble, ja que a la platja si que es pot trobar mes varietat encara que la majoria son pensions o apartaments d'alquiler.

Per a gent que no vulgui estar al càmping a Tavernes poble pots trobar l'Hotel Valldigna o la Pensió Avinguda. En canvi, l'oferta a la platja es diferent. Allí podem trobar el B&B on the beach, l'Hotel Úrsula o la Pensió Jaume II. Molta es la gent que es decideix per l'opció d'allotjar-se a establiments hotelers i no al càmping.

Tavernes disposa d'una ampla oferta en restauració, podem trobar cuina casera, cuina xinesa, cuina mediterrània, etc, així com diverses cerveseries, bars, "bocateries", cafeteries, restaurants i geladeries.

8.9. Activitats complementaries

El Festivern a més d'oferir concerts des del vespre a la matinada, també ofereix diferents activitats en la que pot participar qualsevol persona interessada, d'aquesta manera es pretén unir al poble amb els visitants del festival per a passar uns dies amb harmonia. El "correbars" són una fita molt destacada d'aquest festival ja que tots els assistents acompanyats d'una xaranga de musica recorren els carreres de Tavernes de bar en bar, fent-se un petit còctel i seguint al pròxim bar. També, es realitza un concurs de paelles en el que pot participar tothom així com diferents tornejos d'esports entre ells futbol, pilota valenciana i bàsquet.

Dins del recinte de concerts també podem trobar tendes en les que es venen samarretes, adhesius, discs entre altres de cada grup que actua, així com també barres en les que poder consumir i menjar.

8.10. Cartell i logotip del Festivern

Cada any es realitza un cartell amb els artistes que actuaran en l'edició que es celebra. L'organització va anunciant progressivament els artistes que actuen en aquests esdeveniments, confirmant així els concerts que tindran lloc. Quan ja queda poc de temps per a que es realitze, podríem dir que uns dos mesos abans, poc mes o menys, ix el cartell oficial que apareix a la pagina web del propi festival, en el que apareixen els



Imatge 10: Primer cartell del Festivern 2004.
Font: Festivern

grups o artistes definitius que actuaran acompanyats dels grups que encapçalen el cartell, que son aquells que provoquen un major ressò entre els assistents.

Des de l'any 2004 es realitza un cartell, que ha anat canviant amb el pas dels anys, ja que al principi no tenia la mateixa duració que te ara. Però, el cartell pràcticament te una estètica similar any rere any.

Amb aquests cartells es poden observar el canvi gran d'un major nombre d'artistes que actuen en 3 dies i edició a edició el cartell ha anat fent-se mes gran donat cabuda a més grups així com una gran varietat.

El cartell correspon a la primera edició del Festivern, com ja hem comentat anteriorment fins que va arribar a assentar-se a Tavernes de la Valldigna, es realitzava per diferents pobles de la Comunitat Valenciana. En aquest cas, la primera edició es va celebrar a Pedreguer l'any 2004, com es pot observar el festival sols tenia la duració d'un dia i els grups que actuaven eren els de major reconeixement en aquells temps. Eren pocs grups ja que era un festival molt petit en quant a duració i espai, per tant no es podien albergar més. Cal dir també, que en aquells moment els festival encara estava en creació per a arribar a ser el que és a dia de hui.



Imatge 11: Primer logotip del Festivern a l'any 2004.
Font: Festivern

L'impacte del turisme de festivals a Espanya: El cas de Tavernes de la Vallidigna

Per altra banda, el logotip al primer festival era aquest, un logotip que avui en dia podria considerar-se una marca entre aquells fans a nivell comarcal que assisteixen al festival.



Imatge 12: Cartells de les primeres edicions celebrades a Tavernes de la Vallidigna del 2011 al 2014. Font: Festivern



Imatge 13: Cartells de les darreres edicions del 2015 al 2017. Font: Festivern

El logotip és la imatge principal del festival, l'icona que el diferencia d'un altre, perquè cadascun té una marca diferenciadora. Al igual que el cartell, el logotip ha anat

evolucionant amb el pas de les edicions i actualment es de la següent manera (Festivern, 2018).



Imatge 14: Logotip actual del Festivern. Font: Festivern

8.11.Oferta cultural: mes festivals

Segons la notícia que va aparèixer al diari La Veu la localitat atrau a amants de la música amb l'acollida del Festivern, però també del Iboga Summer Festival en juliol i del Mediterránea Festival en agost.

El Mediterránea Festival es l'últim festival que l'ajuntament ha inclòs dins de la seua oferta cultural ampliant-la d'aquesta manera. Aquest festival tindrà lloc a la platja entre el 23 i el 25 d'agost.

Aquest es un macro festival de música indie rock que celebrarà la primera edició a la platja de Tavernes de la Vallidigna. L'organització d'aquest festival aposta per aquesta localitat ja que es una població que ofereix platja, muntanya, esport, cultura i gastronomia, a més de ser un punt de gran afluència turística.

El festival posarà a la disposició de tots els assistents una gran zona d'acampada al costat del recinte i a menys de 100 metres del mar, tenint una capacitat per a 5.000 persones.

Durant la temporada d'estiu, també es celebra el Iboga Summer Festival que aquest 2018, celebrarà la seua sisena edició del festival de musiques del món. Per tant, Tavernes és considerada una de les ciutats valencianes on tindran lloc més macro festivals, des del proper estiu, ja que supera a Benicàssim on es celebra el FIB i el Rototom Sunsplash.

Des de l'ajuntament recolzen totes aquestes propostes de nous festivals ja que atrau molt al turisme i que dels tres festivals que es celebraran cadascun es musicalment diferent i per tant adreçat a públics diferents també. Aquest fet afavoreix a l'hostaleria

i al sector serveis ja que veuen una recuperació econòmica afegida, l'impacte econòmic que deixen aquests festivals d'estiu durat un cap de setmana són quantiosos. El consistori també ha reconegut que traslladarà la zona d'acampada per tal reduir el màxim possible l'impacte sonor i massiu d'afluència de persones i per mantenir la convivència entre els assistents i els residents del municipi.

9.Línies estratègiques a seguir

Per a aconseguir afavorir a les zones on es realitzen aquests esdeveniments, es deuen seguir unes línies estratègiques que siguin efectives a l'hora de la realització d'aquests macro festivals.

Podria crear-se una legislació comú per a totes les Comunitats Autònomes, ja que no totes tenen les mateixes normes i fins i tot algunes lleis no estan definides. Es deurién marcar línies d'acció iguals així com regular les sancions per a que estiguin també equiparades en totes les CCAA.

Aquest festivals, haurien de ser promocionats tant a nivell nacional com internacional, ja que són una gran font d'ingressos i afavoreixen el turisme de una zona o regió. Molts festivals atrauen als fans que no els importa desplaçar-se per veure el seu grup favorit, vaja aquest on vaja, el que és una ventaja que hauria d'aprofitar-se per a rendibilitzar al màxim un esdeveniment.

Reduir els costos de la realització del festival per a poder obtenir així uns major beneficis, i si escau, evitar possibles pèrdues. Buscar, també, bons patrocinadors per a poder finançar els esdeveniments així com buscar noves maneres de finançament per augmentar la rendibilitat.

En la meua opinió, en un futur els festivals hauran de diversificar-se i buscar noves maneres de diferenciar-se de la resta per a així ser "únicos" i captivar cada vegada a un major nombre de públic. Oferint diferents tipus de música, realitzant més activitats durant el festival o inclòs fer més partícip a la gent assistent. D'aquesta manera es podrà atraure a un major segment de la població.

Una altra línia estratègica a seguir i molt important és la reducció de l'impacte negatiu que genera en el lloc on es realitza així com la reducció de residus que produeixen els

assistents, minimitzar la "huella" ambiental, reduir el tràfic per a aplegar al festival, etc. Es tracta, en definitiva, de trobar la manera de conscienciar a tot el públic de la importància que té el tracte a la nostra natura (Marketing Directo, 2018).

Hi ha una campanya a totes les edicions del Festivern per afavorir el reciclatge que consisteix en pagar 1€ el got del Festivern que després podrà ser reemborsat si es torna, d'aquesta manera s'intenta acabar amb l'impacte de fem de gots i serveix també de campanya de conscienciació en quant a la reutilització de materials. A més, aquest got es l'únic que esta permès al recinte dels concerts, ja que la seguretat de l'entrada t'obligarà a tirar qualsevol got, excepte aquest.

Finalment, estar mes present a les xarxes social o internet, ja que el món 2.0 avança cada dia més ràpid i d'aquesta manera amb una bona promoció, es podrà arribar a molta més gent.

10.Conclusió

El realitzar aquest tipus d'esdeveniments atrau a un nombre molt gran de visitants que creen llocs de treball, com a mínim per als dies en que es celebra, però també els anterior i posteriors. Per tant els llocs de treball que es creen són tan directes com indirectes per al municipi.

Espanya és un país en el que es celebren moltíssims festivals al llarg de l'any. Tots ells tenen diferències temàtiques i tipologies diferents, ja que són de diferents tipus de música. Alguns del festivals tenen un reconeixement internacional, però la gran majoria són coneguts a nivell nacional. L'assistència a aquets tipus de festivals podríem englobar-la en un turisme alternatiu, ja que no es basa en el tradicional del mediterrani que sol ser el de sol i platja, encara que alguns festivals son celebrats en zona de costa i d'altres en zona d'interior.

De tots els festivals celebrats a la nostra península, el que mes visitants atrauen els trobem a la Comunitat Valenciana i Catalunya. Per sort, són dos autonomies que durant tot l'any tenen un turisme bastant constant, però aquestes fites musicals fan que el turisme augmenti en les dates que es celebren i afavoreix per tant l'economia del territori.

La creació de nous festivals de música, els quals no arriben sempre a celebrar-se, presenten una competència amb els que estan ja assentats i posseeixen una major trajectòria. A més a més, l'existència de tant de festival es un punt negatiu, ja que la gent el que busca és la innovació, ja que molts dels artistes solen repetir-se en altres festivals.

El festivals són esdeveniments que marquen el calendari de molts llocs, molta gent espera any darrere any que arribi el festival, ja que es consideren fans de molts d'ells, altres tenen ganes de que comença la fita musical per veure als seus grups favorits, els amics d'anys anterior, reunir-se amb el seus propis amic o inclús per desconnectar d'una manera diferent al turisme de sol i platja, tan comú.

Aquests esdeveniments musicals són promocionats fins i tot per institucions públiques com l'Agència Valenciana de Turisme que inclou dins del seu apartat de promoció la cultura de festivals. Així recolzen es festivals que es celebren al nostre territori, que son molts com hem anat nomenant al llarg del projecte.

Totes aquestes fites musicals formen parta de la marca València, ja que la Comunitat Valenciana en general és coneguda pel turisme de sol i platja i per la paella, plat gastronòmic conegut a nivell internacional. Doncs bé, hui per hui, els festivals formen part de l'anomenada nova paella del turisme, ja que podríem considerar que som terra de festivals. Tots els festivals celebrats l'any passat van aportar un total de 128,8 milions d'euros així com un milió d'assistents. Per tant aquest esdeveniments són un negoci fonamental que formen part del turisme. Independentment de que molts festivals siguin realitzats per empreses privades, els assistents provoquen despeses allà on vagin, deixant el cartell de complet a la porta d'apartaments turístics o d'hotels, aquests turistes. Són, a més a més, turistes potencials per al futur.

Al voltant de 30.000 mil euros de cost és el que inverteix el poble de Tavernes a canvi d'omplir el poble amb moltíssima gent durant els dies de celebració, així com dinamitza també el comerç local, que sols es pot aconseguir realitzant un esdeveniment d'aquestes característiques.

La música s'ha convertit en un element primordial en el auge del turisme cultural. A Espanya i al món hi ha cada vegada més opcions perquè els aventurers triïn les seues destinacions d'acord amb els seus interessos.

Gràcies al Festivern, Tavernes ha sigut coneguda, el seu nom ha arribat a llocs insospitats i ha estat en boca de milers de persones que difícilment s'haurien interessat per saber alguna cosa de Tavernes o s'haurien plantejat mai visitar aquesta ciutat. A més a més, aquest esdeveniment ha donat imatge de marca a la ciutat de Tavernes, fent-la popular entre tots els festivalers i parada pràcticament obligatòria en el calendari de festivals.

Per a concloure aquest treball, el podríem resumir de la següent manera:

- El turisme de festivals es important per a desestacionalitzar la demanda i aportar nous esdeveniments que reforcen el turisme en la destinació que corresponga
- Els municipis on es celebren festivals reforcen la seua imatge de marca amb un renom que obtenen
- Els ingressos directes i indirectes que genera un festival, superen a la despesa que l'administració local i l'organització han de fer per a la seua celebració
- El turisme de festivals, es un nou tipus de turisme que a dia de hui te una gran importància i ha de tractar-se com un nou mercat

Resumint, en una frase de Francesc Colomer, secretari autonòmic de turisme de la Comunitat Valenciana: "Els festivals ens internacionalitzen, generen industria cultural i prestigi, tant a nivell nacional com a nivell autonòmic, hem d'estar units amb el turisme per internacionalitzar el nom de la nostra península: Espanya"²⁰.

²⁰ *El País* 2017

11. Bibliografía

- Agencia Valenciana del Turisme. (24 de Maig de 2018). *Estadistiques de turisme*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Perfil_turistaCV_2016c.pdf
- Agencia Valenciana del Turisme. (26 de Maig de 2018). *Perfil del turista que visita la Comunitat Valenciana*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/anuario/perfil_turista/perfil_turista.html
- Agencia Valenciana del Turisme. (16 de Abril de 2018). *Premis Turisme 2016*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/planificacion/premis_turisme_2016.html
- Arenal Sound. (9 de Maig de 2018). Obtenido de <http://www.arenalsound.com/>
- Beatmashmagazine. (11 de Maig de 2018). *Ranking número de asistentes a festivales en España en 2017*. Obtenido de <https://www.beatmashmagazine.com/numero-de-asistentes-festivales-espana-2017/>
- Compromís. (3 de Maig de 2018). *L'ajuntament de Tavernes ha realitzat un informe d'impacte economic del festivern*. Obtenido de <https://compromis.net/13601/lajuntament-de-tavernes-ha-realitzat-un-informe-dimpacte-economic-del-festivern-2013/>
- Conselleria d'Economia, Indústria, Turisme i Ocupació. (18 de Abril de 2018). *Turismo de sol y playa en la Comunitat Valenciana*. Obtenido de http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/Sol_y_playa_noviembre2013.pdf
- Continente, G. (12 de Maig de 2018). *Harpersbazaar*. Obtenido de Harpersbazaar: <https://www.harpersbazaar.com/es/cultura/viajes-planes/g19821321/calendario-festivales-quien-cuando-donde/>
- Cores, N. (9 de Maig de 2018). *20Minutos*. Obtenido de 20Minutos: <https://www.20minutos.es/noticia/2454191/0/festivales-musica/espana/cifras/>
- EFE. (14 de Maig de 2018). *El Medusa deixa un impacte superior als 22milions d'euros a Cullera*. Obtenido de <https://www.efe.com/efe/comunitat-valenciana/en-valencia/el-medusa-deixa-un-impacte-superior-als-22milions-d-euros-a-cullera/50001026-3351536>
- El Mundo. (17 de Maig de 2018). *Los festivales de verano podrian generar 5.000 empleos en Castellón*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2016/05/23/5742a8d322601d5c7e8b4573.html>
- El País. (26 de Maig de 2018). Obtenido de https://elpais.com/cultura/2017/11/08/miss_festivales/1510164633_148767.html

- El Punt Avui. (5 de Juny de 2018). *L'ajuntament de Tavernes valora molt positivament la celebració del festivern*. Obtenido de <http://www.elpuntavui.cat/societat/article/5-societat/491940-lajuntament-de-tavernes-valora-molt-positivament-la-celebracio-del-festivern.html>
- Exceltur. (19 de Abril de 2018). *Prespectivas turísticas 2017*. Obtenido de <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2017/10/Presentaci%C3%B3n-Informe-Perspectivas-N62-Balance-del-tercer-trimestre-2017-y-previsiones-para-cierre-de-a%C3%B1o.pdf>
- Ferrero, S. (7 de Maig de 2018). *Diari la veu*. Obtenido de Diari la veu: <https://www.diarilaveu.com/noticia/80556/tavernes-tercer-macrofestivals>
- Festival de les Arts. (9 de Maig de 2018). Obtenido de <https://www.festivaldelesarts.com/>
- Festivern. (3 de Maig de 2018). *La nostra historia*. Obtenido de <https://festivern.com/la-nostra-historia/>
- Fintonic. (2 de Juny de 2018). *Guía para sobrevivir en un festival de música*. Obtenido de <https://blog.fintonic.com/guia-para-sobrevivir-a-un-festival-de-musica-economica-y-fisicamente>
- Freire, J. M. (20 de Abril de 2018). *Las claves del sónar 2017*. Obtenido de <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20170608/sonar-2017-barcelona-presentacion-programacion-cartel-artistas-festival-6089735>
- Hosteltur. (20 de Abril de 2018). *España cambia el perfil del turista extranjero*. Obtenido de https://www.hosteltur.com/10576_espana-cambia-perfil-turista-extranjero.html
- Instituto Nacional de Estadística. (11 de Maig de 2018). Obtenido de <https://www.ine.es/>
- Katy Lema. (15 de 05 de 2018). *El País*. Obtenido de El País: https://elpais.com/cultura/2017/11/08/miss_festivales/1510164633_148767.html
- La Razón. (15 de Maig de 2018). Obtenido de https://www.larazon.es/historico/351-como-afecta-el-iva-al-cine-el-teatro-la-musica-o-el-libro-electronico-GLLA_RAZON_484143
- Lema, K. (26 de Maig de 2018). *El País*. Obtenido de El País: https://elpais.com/cultura/2017/11/08/miss_festivales/1510164633_148767.html
- López, R. G. (30 de Maig de 2018). *Aprende de turismo*. Obtenido de <https://www.aprendedeturismo.org/tendencias-turismo/>
- Marketing Directo. (5 de Maig de 2018). *Festivales de música: el nuevo imán para el turismo en España*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/festivales-de-musica-el-nuevo-iman-para-el-turismo-en-espana>
- Martínez, L. (20 de Maig de 2018). *eldiario.es*. Obtenido de eldiario.es: https://www.eldiario.es/cv/impacto-economico-festivales-baile-cifras_0_549795545.html

Medusa Sun Beach. (9 de Maig de 2018). Obtenido de <https://www.medusasunbeach.com/>

Muñoz, Ó. (9 de Maig de 2018). *La Vanguardia*. Obtenido de La Vanguardia:
<http://www.lavanguardia.com/economia/20171219/433750382730/turismo-economia-empleo-pib.html>

Oficina d'atenció al ciutadà de la Comunitat Valenciana. (30 de Abril de 2018). *PROP*. Obtenido de 012: http://www.gva.es/carta_servicios/69_CAS.pdf

Organización Mundial del Turismo. (25 de Abril de 2018). Obtenido de
<http://media.unwto.org/es/press-release/2014-11-06/cumbreministerial-de-la-omt-y-el-cmvt-el-legado-necesario-de-los-megaevent>

Primavera Sound. (9 de Maig de 2018). Obtenido de <https://www.primaverasound.com/>

Real Academia Española. (20 de Abril de 2018). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=Houfp6X>

Rototom Sunsplash. (9 de Maig de 2018). Obtenido de <https://rototomsunsplash.com/>

Safor Guia. (4 de Juny de 2018). *Èxit del Festivern 2017-2018 a Tavernes de la Vallidigna*.
Obtenido de <https://saforguia.com/not/47418/exit-del-festivern-2017-2018-a-tavernes-de-la-valldigna/>

Ticketea. (30 de Maig de 2018). *Hábitos de los asistentes a festivales de música en España*.
Obtenido de Hábitos de los asistentes a festivales de música en España:
<http://blog.ticketea.com/el-78-de-los-festivaleros-vamos-a-ir-a-dos-o-mas-este-ano/>

Vallidigna, A. d. (2 de Maig de 2018). *Turisme Tavernes*. Obtenido de Turisme Tavernes:
<http://tavernesdelavallidigna.com/turisme/>

Veú, D. I. (7 de Maig de 2018). *El festivern de Tavernes suposa impacte economic*. Obtenido de
<https://www.diarilaveu.com/noticia/7011/el-festivern-de-tavernes-suposa-un-impacte-economic-entre-410.000-i-560.000-euros>

Viña Rock. (9 de Maig de 2018). Obtenido de <https://www.vina-rock.com/>

Viñas, M. (31 de Maig de 2018). *La voz de galicia*. Obtenido de La voz de galicia:
<https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/cultura/2017/06/29/entra-vigor-bajada-iva-cultural-bajara-precio/00031498735957145364492.htm>

World Economic Forum. (11 de Maig de 2018). Obtenido de <https://es.weforum.org/>