

## **Turisme de Barcelona participa a Fitur amb una densa agenda institucional i l'aposta pels valors de la sostenibilitat i la cultura**

- **L'entitat assisteix a la cita internacional de turisme més important de l'estat espanyol amb una agenda marcada per l'estratègia de cooperació i enfortiment de relacions entre agents i organismes**
- **Barcelona es presenta a Fitur amb l'aposta del 2019 pel Compromís de Sostenibilitat Turística, que vol estendre a les empreses del sector les bones pràctiques en àmbits com el treball digne, l'eficiència energètica, la inclusió social o la protecció del patrimoni i la diversitat**
- **El mercat nacional és el primer mercat emissor de la ciutat amb un volum al voltant dels 20% dels turistes que rep Barcelona**

**Barcelona, 21 de gener de 2019.** – **Turisme de Barcelona** viatjarà a Madrid per participar a la 39a edició de la Fira Internacional de Turisme (FITUR), la primera cita internacional dedicada a la indústria del turisme. El Consorci aprofitarà aquesta ocasió per projectar d'una banda la seva acció promocional del 2019, consolidant els mercats propers i aprofundint en el posicionament de la destinació en els mercats llunyans, a Àsia i Amèrica Llatina i, d'altra banda, per promoure la implementació dels valors de la sostenibilitat a través del Compromís de Sostenibilitat Turística, projecte compartit entre

l'Ajuntament, la Diputació i la Cambra de Comerç. Un projecte que s'emmarca en l'encàrrec de l'Ajuntament de Barcelona al Consorci per estendre entre els diferents establiments, serveis, productes i equipaments de la destinació Barcelona un conjunt de bones pràctiques en àmbits com el treball digne, l'eficiència energètica, la inclusió social o la protecció del patrimoni i la diversitat.

El Consorci comparteix, com en edicions anteriors, espai dins de l'estand de l'Agència Catalana de Turisme (ACT), en el context de l'Any del Turisme Cultural que s'allarga al 2019, en un exercici en què es continuarà aprofundint en la segmentació, l'enfortiment del sector professional i de reunions, l'atenció sobre el comerç de proximitat i autèntic, i la gastronomia entre d'altres. En aquest sentit, el Consorci aposta per una major personalització de la seva oferta, la digitalització i un aprofundiment i modernització de la presència internacional mitjançant nous formats de promoció.

Un altre dels aspectes rellevants de l'edició d'aquest any de Fitur és l'interès de **Turisme de Barcelona** per incidir en les relacions de cooperació i creació de sinergies amb els diferents agents i organismes turístics del sector nacionals i internacionals, tant a nivell territorial, amb l'Agència Catalana de Turisme com a nivell de mercat nacional amb Turespaña. Per aquest motiu, el consorci, entén aquesta convocatòria de Madrid com una oportunitat per mantenir trobades professionals i obrir noves vies de col·laboració amb representants d'aquestes institucions, així com amb operadors turístics del sector viatges tant nacionals com internacionals. En aquest marc estan previstes reunions dels diferents representants que formen la delegació de Barcelona, entre els quals hi ha el president del comitè executiu, **Joan Gaspart**, i el regidor i vicepresident segon de Turisme de Barcelona, **Agustí Colom** així com el director general del consorci, **Joan Torrella**.

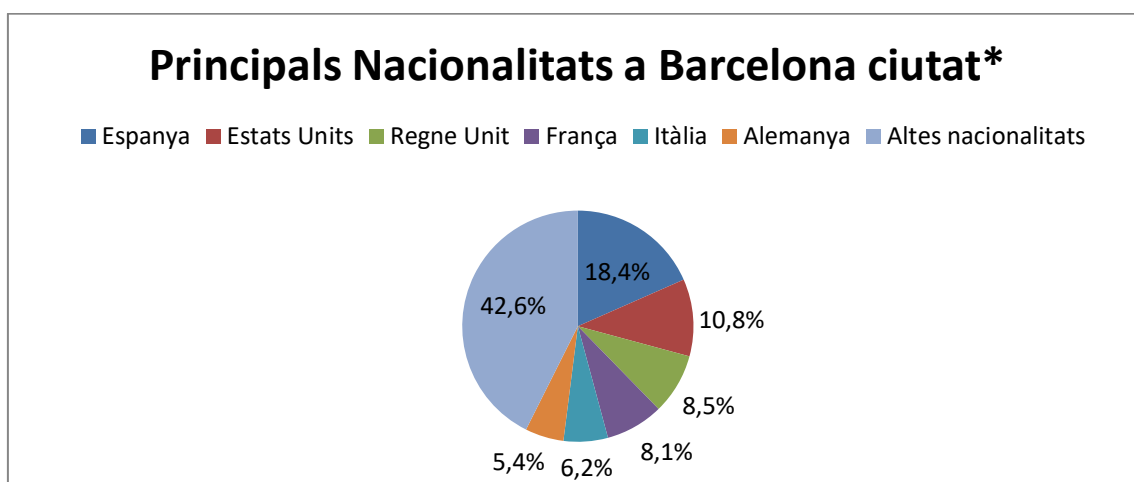
### **Mercats prioritaris**

Pel que fa a l'estratègia de desenvolupament de mercats, el 2019 es continuarà amb els mercats llunyans, principalment Amèrica Llatina i Àsia, coincidint amb les noves connexions aèries directes entre Barcelona i aquests mercats, amb exemples com la ruta Buenos Aires, Los Angeles, Seül i Hong Kong. Països com Colòmbia o Perú també han obtingut en els darrers anys l'obertura de rutes i facilitats en eliminar visats mentre que EUA, Japó, Corea del Sud i Xina han mostrat creixements sostinguts. Un dels trets d'aquests mercats és que la mitjana diària de despesa és superior a la mitjana dels visitants

a Barcelona (460€ en el cas dels japonesos). Es tracta de mercats que mostren un gran interès per l'oferta cultural, gastronòmica i de compres.

En relació als mercats de proximitat, que representen gairebé el 30% dels turistes a la ciutat, comptant França, Regne Unit, Alemanya i Itàlia, l'estratègia se centra en consolidar i reforçar la imatge de Barcelona com a destinació oberta i acollidora mitjançant els segments compres i cultura.

<b>Turistes Establiment Hoteler</b>	Gen-Nov18	%Var. 17/18	%Total 2018
1 Espanya	1.378.607	-2,7%	18,4%
2 Estats Units	809.516	15,0%	10,8%
3 Regne Unit	636.984	1,9%	8,5%
4 França	606.490	7,6%	8,1%
5 Itàlia	463.485	10,7%	6,2%
6 Alemanya	401.958	0,4%	5,4%



Font: Idescat.

\*Nacionalitats amb una significació per sobre del 5%

## Cultura

En **cultura**, en el marc de l'Any Internacional del Turisme Cultural, que s'allarga durant tot el 2019, i amb l'objectiu de reforçar el posicionament de Barcelona com a destinació cultural, es presentarà tota la oferta cultural, incidint de manera especial en el sector de la música i de les ciutats com a receptores de festivals. Fitur presenta enguany diversos esdeveniments i debats al voltant del turisme dels festivals de música així com d'altres com el turisme cinematogràfic. Així, **Joan Torrella** participarà en una taula rodona sobre

les destinacions com a receptores de festivals en què hi participaran responsables de turisme d'algunes ciutats estatals per abordar com gestionar la relació entre festivals i turisme des d'un punt de vista institucional.

En aquest marc, segons el darrer estudi de reputació online de **l'Observatori del Turisme**, iRON (Índex de Reputació Online) la cultura és l'àmbit que rep la millor valoració que amb al 8,92, supera l'allotjament (8,24) i la restauració (8,13). De tots els visitants, els qui millor puntuen els atractius de la ciutat, són els mercats xinès, rus, polonès, portuguès, anglès i coreà els que millor la valoren.

### **Sostenibilitat**

En l'objectiu de destinació de qualitat, Turisme de Barcelona, d'acord amb el Pla Estratègic 2020, posarà el focus en la tasca d'adhesió del teixit empresarial de la ciutat de Barcelona al compromís de la sostenibilitat turística posant èmfasi en la defensa de les condicions laborals, l'ús eficient dels recursos i el desenvolupament econòmic, entre d'altres.

En aquest marc, Barcelona, que aquest any ha presidit les ciutats Biosphere Destinations Community, passarà el relleu a la ciutat canadenca de Okanagan, British Columbia, en un acte que tindrà lloc el dia 24 a l'estand ITR (Instituto de Turismo Responsable). En aquest fòrum es reuneixen totes aquelles destinacions compromeses amb la sostenibilitat, convidats i observadors d'interès per compartir experiències i inquietuds, així com generar sinèrgies i abordar els grans reptes de futur de cara a assolir un turisme més sostenible a nivell mundial.

En aquest mateix context de la sostenibilitat, dimecres 23, el regidor i vice-president segon de Turisme de de Barcelona, **Agustí Colom**, presentarà el Compromís per la Sostenibilitat Turística de Barcelona, que busca l'adhesió de les empreses a les bones pràctiques sostenibles.

### **EMTDB**

FITUR representa una excel·lent plataforma per crear sinèrgies amb els diferents agents dels sectors a l'hora de continuar treballant la nova Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona (EMTDB), que ha finalitzat la primera fase, corresponent a la participació. En clau territorial, la cooperació amb organismes com la Diputació de

Barcelona, l'Agència Catalana de Turisme i Turespaña i les múltiples trobades que tindran lloc a Madrid amb diferents agents suposarà una oportunitat per incorporar la seva veu en el futur pla de màrqueting de la Destinació.

Per a més informació: Lali Ferrando [lferrando@barcelonaturisme.com](mailto:lferrando@barcelonaturisme.com) 93368 97 00 / 646 467 715