

Barcelona avança cap a una estratègia de promoció i màrqueting compartida amb la ‘Destinació Barcelona’

- **Turisme de Barcelona, Ajuntament de Barcelona i Diputació de Barcelona signen un conveni per intensificar la gestió i la promoció de la ‘Destinació Barcelona’ (ciutat i comarques)**
- **L’acord preveu integrar les direccions de màrqueting del Consorci de Turisme de Barcelona i de la Diputació de Barcelona per tal de generar sinèrgies**
- **Es reforçaran les accions de promoció conjunta i la comercialització de productes de la Destinació, així com l’elaboració col·legiada d’estadístiques i estudis sobre l’oferta i demanda a través de l’Observatori del Turisme a Barcelona, Ciutat i Regió**
- **Amb aquest conveni es fa un pas més en la relació iniciada el 2008 entre les tres institucions, i que al 2015 va significar el naixement del programa “Barcelona és molt més” i la fusió dels Convention Bureau per a la gestió del turisme de congressos a la ciutat**
- **El Consorci ja treballa en el nou full de ruta de l’Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona (EMTDB) que definirà els criteris i les prioritats de màrqueting i promoció del conjunt de la destinació**

Barcelona, 31 de gener de 2019. – **Turisme de Barcelona**, Ajuntament de Barcelona i la Diputació de Barcelona han signat avui un conveni a tres bandes mitjançant el qual s'amplia la relació mantinguda fins ara en l'acció promocional de la 'Destinació Barcelona' (ciutat i comarques) per millorar-ne el seu coneixement i posicionament a nivell internacional.

Així, com a resultat d'aquest conveni, el Consorci de Turisme que té per objecte planificar i gestionar la promoció turística de la Destinació Barcelona, s'avança a la nova Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona (EMTDB) que definirà els criteris i les prioritats de màrqueting i promoció del conjunt de la destinació (ciutat i comarques) i, integra la direcció de màrqueting de la Diputació en l'estructura orgànica de Turisme de Barcelona.

En aquest sentit, l'acord significa fer un pas més en la col·laboració que el Consorci manté amb la Diputació, des del 2008 gràcies a un conveni que establí realitzar accions de manera coordinada per afavorir la promoció turística de la província, i que després, al 2015, es va intensificar amb el programa "Barcelona és molt més" i que el 2017 es va ampliar amb la fusió dels dos Convention Bureau (Barcelona i Diputació de Barcelona), i els preliminars de la creació de l'Observatori del Turisme de Barcelona.



L'acord s'inscriu en el marc de l'Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona (EMTDB) i, en aquest sentit, s'avança al full de ruta que marcarà criteris i prioritats de màrqueting i promoció del conjunt de la destinació (ciutat i comarques).

Tal com explicita l'acord, correspon al Consorci Turisme de Barcelona el disseny, coordinació i gestió del procés de configuració de l'EMTDB que s'implementarà aquest any. Per la seva banda, la Diputació, implicat en les diferents fases de l'EMTDB, aporta

la seva visió i objectius i fa propostes concretes del món del Turisme del conjunt de les comarques barcelonines, per tal de tenir una representació territorial i sectorial equilibrada, que s'incorporaran a les que en el mateix sentit siguin proposades per l'Ajuntament de Barcelona i la Cambra de Barcelona, a través de Turisme de Barcelona.

L'EMTDB ha de ser, doncs, el marc de referència prioritari sobre el qual s'inspirarà i definirà el Pla Operatiu Anual de Promoció de la Destinació Barcelona, que serà executat per Turisme de Barcelona i la Diputació de Barcelona, de forma coordinada i consensuada. El pla anual s'anirà adaptant a les directrius que emanin de l'EMTDB.

Turisme de Barcelona continuarà la seva acció de promoció a través de "Barcelona és molt més" com a programa de treball conjunt per a la promoció de la ciutat i les comarques de Barcelona que en aquests moments engloba 460 empreses i destinacions de les comarques de Barcelona i amb el qual l'any passat es van fer 254 accions de promoció a més de 20 països. En aquest sentit, el programa ha anat creixent any rere any fins arribar a la intermediació de 77 productes de les comarques de Barcelona, el 28,44% del conjunt de l'oferta del Consorci.

Observatori del Turisme de Barcelona, Ciutat i Regió (OTB)

El conveni també inclou la plena implicació de la Diputació de Barcelona en **l'Observatori del Turisme de Barcelona, Ciutat i Regió (OTB)**, una plataforma impulsada per Ajuntament de Barcelona, Diputació de Barcelona i Turisme de Barcelona, per gestionar i obtenir informació turística amb l'objectiu de construir i transmetre coneixement i intel·ligència de mercats, respecte el conjunt de la Destinació Barcelona.

Amb seu a les dependències de Turisme de Barcelona, l'Observatori funciona a través d'un sistema de la Coordinació conjunta que compta amb suport tècnic de la Diputació de Barcelona, de la Direcció de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona i de La Cambra de Comerç de Barcelona, que treballen en Informació i Coneixement del Turisme a la Destinació Barcelona. Gràcies a aquest Conveni la Diputació aportarà els recursos necessaris per donar suport a la dotació tècnica que requereix.

Per a més informació: Lali Ferrando lferrando@barcelonaturisme.com 93368 97 00 / 646 467 715