

## **Un 47,4% dels visitants tornen a la Destinació Barcelona**

- **Un estudi de l'Observatori del Turisme de Barcelona situa el grau de repetibilitat del conjunt de la Destinació en el 47,4% dels visitants mentre que el de Barcelona ciutat es manté en el 46,8%**
- **Un 29,4% dels repetidors a la Destinació Barcelona venen per motius professionals**
- **Els espanyols són els que més repeteixen, seguits dels britànics i els francesos. Els estatunidencs, tot i ser un mercat llunyà, també repeteixen**
- **A Barcelona la despesa durant l'estada augmenta a mesura que els viatgers visiten més la ciutat mentre en el conjunt de la Destinació es manté estable**
- **La partida de despesa en gastronomia puja a mesura que augmenta el nombre de vegades que es visita la Destinació Barcelona**
  
- **La repetibilitat afecta a la baixa el nombre d'indrets visitats**

L'**Observatori del Turisme a Barcelona** (OTB) acaba de publicar l'últim Informe de Repetibilitat segons el qual un 47,4% dels visitants han repetit visita a la Destinació Barcelona (ciutat i regió) mentre que a Barcelona ciutat continua estable en el 46,8%. Per la seva banda, Barcelona regió registra un 48,6% de repetidors. Aquestes dades corresponents al 2018 actualitzen per primera vegada l'estadística de 2017 referents al conjunt de la Destinació (ciutat i regió) per la qual cosa a partir d'aquest any es podrà fer el seguiment de l'evolució de la repetibilitat en tot el territori, un indicador molt important

en clau de sostenibilitat a l'hora de determinar perfils, mobilitat i comportaments del visitant un cop aquest arriba a la destinació.

Una de les conclusions de l'informe és que un 29,4% dels repetidors que rep el conjunt de la Destinació Barcelona venen per raons professionals, elevant-se al 31,4% a la regió. Barcelona, a banda dels que repeteixen, continua atraient nous professionals que representen un 11,1%.

En general, el visitant repetidor de Barcelona ciutat i el de la Destinació (combinació ciutat i regió) es comporta de manera molt semblant probablement per l'efecte d'arrossegament que té la ciutat.

Pel que fa a **Barcelona ciutat**, en què sí hi ha estadística anterior, la dada més alta de repetició es va produir el 2006 quan va arribar al 61,6% dels turistes i la més baixa al 2012 amb el 40,6% , però, en els últims tres anys la repetició s'ha mantingut estable.

La principal diferència entre **Destinació** (el conjunt de ciutat i comarques) i **Barcelona** (només ciutat) és que la **despesa** total de l'estada per persona i dia, sense comptar allotjament ni transport d'arribada, es manté constant a la Destinació. En canvi, en el cas de Barcelona aquesta augmenta a mesura que més visiten la ciutat arribant fins a 89,29€ a la cinquena visita en comparació amb els 77,89€ de la primera visita. La partida més important en despesa és en gastronomia i independentment de les vegades que venen, i va augmentant a mesura que repeteixen en detriment de l'oci i cultura (entreteniment). La despesa en els àpats per persona i dia, a Barcelona, puja de 33,35€ a la 1a visita fins a 43,09€ la 5a vegada mentre que en tota la regió, aquesta despesa es queda en 36,06€ la 5a vegada (30,06€ la primera visita). Per contra, la despesa en entreteniment (Cultura i oci) baixa a la meitat de la primera a la cinquena visita (5,68€ per persona i dia a la Destinació i 8,96€ a Barcelona ciutat).

**Pel que fa a l'allotjament**, a Barcelona, la majoria dels repetidors s'allotgen en hotels i acostumen a venir per oci. Els repetidors que dormen en cases particulars d'amics o familiars representen un 20,7% del total dels repetidors mentre que els que ho fan en primera visita només un 7,7%. En canvi, en Habitatges d'ús Turístic (HUT) i Albergos passa al contrari, hi ha menys repetidors que primers visitants. Els hotels també són la tipologia d'allotjament preferida dels turistes repetidors de la Destinació Barcelona (53,7%) i de la regió (62%). A Barcelona regió, el segon allotjament més emprat pels repetidors són els càmpings (22,6%).

**Per nacionalitats**, Estats Units, tot i ser un mercat llunyà, continua atraient viatgers que tornen a visitar la Destinació Barcelona en més d'una ocasió (4,9%). Un fet força rellevant és que tant la Destinació com Barcelona ciutat reben, en el primer lloc, visitants repetidors procedents de l'estat espanyol. Regne Unit i França segueixen en la classificació d'ella procedència.

**A Barcelona ciutat, els punts d'interès visitats** son molt semblants independentment del nombre de vegades que venen, tot i que a mesura que repeteixen, tendeixen a visitar-ne menys.

També disminueix, a mesura que es repeteix, la valoració de la Destinació Barcelona. A Barcelona regió l'aspecte que rep una millor valoració dels repetidors és l'amabilitat de la gent, mentre que a Barcelona ciutat, són l'arquitectura i la cultura els aspectes millor valorats, amb un 9,19 i un 8,87 respectivament. La Destinació Barcelona atrau repetidors per la seva arquitectura, cultura, oferta d'entreteniment i el caràcter i l'amabilitat de la gent.

En general, tot i que en la mitjana de la valoració no hi ha diferències i ronda l'excel·lència, hi ha certa tendència a que a major nombre de visites menor és la puntuació. La indiferència per promoure Barcelona ciutat augmenta a mesura que s'incrementa el nombre de visites, i com a conseqüència, la puntuació pateix una davallada en l'indicador conegut com a Índex Net Promouter Score (NPS).

Des del consorci de **Turisme de Barcelona** es valora molt positivament aquest estudi que demostra que el fenomen de l' *slow tourism* poc a poc va penetrant a través d'un visitant repetidor que busca estades més pausades que no cerquen la quantitat sinó la qualitat, i per tant, visiten menys llocs al mateix temps que mostren més interès per la gastronomia. “En definitiva, cerquen una Destinació amb experiències personals i personalitzades i s'obren a l'oportunitat de visitar altres llocs del territori”. Això es dedueix per exemple de fets com el nombre de llocs visitats es redueix, i la despesa en gastronomia augmenta. Pel president de Turisme de Barcelona, **Eduard Torres**, “Aquest estudi suposa un pas endavant en clau de sostenibilitat en tant que ens permet conèixer i analitzar a fons l'evolució dels visitants i el seu comportament un cop es troben a la destinació amb actituds més amables i més sostenibles amb l'entorn”.

Per la seva part, el regidor de Turisme i Indústries Creatives de l'Ajuntament de Barcelona i vice president de Turisme de Barcelona, **Xavier Marcé**, ha destacat "la importància de

'fidelitzar' visitants ja que això pressuposa una major identificació amb les dinàmiques ciutadanes, un comportament responsable i un ús de productes i serveis més diversificats que defuig dels inevitables tòpics d'una primera visita". Per a Marcé, "aquestes dades ens obren també bones perspectives per millorar la despesa en entreteniment i en el repte de desenvolupar i ampliar l'oferta cultural i els imaginaris de la ciutat, tant per a turistes com per a la ciutadania".

El diputat de Turisme de la Diputació de Barcelona, **Juan Luis Ruiz**, destaca la importància en mantenir i aprofundir “el nostre compromís en garantir que la Destinació Barcelona, sigui i es projecti com una destinació sostenible i responsable per augmentar la repetibilitat, tan pel visitant de lleure com pels que venen per motius professionals”.

Aquest és el darrer estudi publicat per l'Observatori del Turisme a Barcelona, la plataforma d'estudis i coneixement turístic, de l'Ajuntament de Barcelona, la Cambra de Comerç, la Diputació de Barcelona i el Consorci Turisme de Barcelona, mitjançant la qual es genera i gestiona el coneixement compartit per al conjunt de la Destinació Barcelona (ciutat i regió). En aquests gairebé dos anys de la seva posada en funcionament, l'OTB ha realitzat i publicat 11 estudis entre estadístiques i informes relatius a l'activitat turística de Barcelona i el seu entorn. Destaquen, en aquest sentit, tots els estudis que s'han fet sobre perfil i hàbits dels turistes, tant a Barcelona ciutat com en el radi del seu entorn, així com la Infografia de l'activitat turística a la Destinació Barcelona i l'estudi de Reputació Turística Online de Barcelona ciutat 2018 en què els turistes que opinen a Internet recomanen Barcelona principalment pels seus recursos culturals.

\*Podeu consultar l'Informe complet des de la pàgina de l'Observatori:

<https://www.observatoriturisme.barcelona/>

**Per a més informació:**

Lali Ferrando **670521388** [lferrando@barcelonaturisme.com](mailto:lferrando@barcelonaturisme.com)