

## **Turisme de Barcelona participa a FITUR 2020 prioritant el mercat espanyol i amb una densa agenda institucional**

- **El consorci de promoció assisteix aquest any a la cita internacional de turisme a Madrid amb una densa agenda institucional i amb un programa 2020 centrat en els eixos de la cultura, el territori, la sostenibilitat i la digitalització**
- **Un nou acord amb Renfe i reunions amb la SNCF francesa, i la Red de Ciudades AVE, marquen l'atenció de l'agenda en matèria de transport sostenible**
- **El mercat nacional, primer mercat emissor de la ciutat, amb un 13% del total de visitants que rep Barcelona**

**Barcelona, 20 de gener de 2020.** – Turisme de Barcelona viatjarà a Madrid aquesta setmana per participar a la 40a edició de la Fira Internacional de Turisme (FITUR), la primera fira internacional de l'any dedicada a la indústria del turisme amb 165 països presents. El Consorci acudeix a la cita amb una densa agenda de reunions i trobades amb el sector i amb diferents organismes de promoció i institucions per teixir noves aliances i alhora aprofitarà per projectar els principals eixos que marcaran l'acció promocional 2020.

Barcelona, que com és habitual té un espai reservat dins de l'estand de Catalunya de l'Agència Catalana de Turisme, mostrarà tota la seva oferta promocional d'experiències a través de diferents productes de la ciutat i de la Destinació Barcelona.

### **Barcelona, distingida per la OMT com a destinació accessible**

El primer dia, dimecres, després de la inauguració institucional de Fitur, el president del comitè executiu de Turisme de Barcelona, **Eduard Torres**, recollirà la menció especial Accessible Tourism Destination (ATD19) com a destinació accessible que Nacions Unides (OMT) ha concedit a Barcelona en reconeixement al seu esforç en matèria d'accessibilitat per fer possible que el visitant, independentment, de les seves capacitats físiques, sensorials o cognitives pugui gaudir de la destinació. Es tracta d'un reconeixement a nivell mundial de l'organisme de les Nacions Unides –l'ATD-, que, juntament amb la Fundació ONCE, valora aquelles iniciatives que permeten incrementar els nivells d'accessibilitat de la destinació. Dimecres se celebrarà la cerimònia de lliurament dels premis en un acte al Centre de Convencions de IFEMA.

Es calcula que 1 de cada 4 famílies té una persona amb discapacitat la qual cosa significa el 33% de la població. Segons l'Observatori d'accessibilitat del turisme a Espanya, el 72% de les persones amb discapacitat viatgen almenys dues vegades l'any; el 60% de les persones que viatgen són dones amb una mitjana d'edat de 45 anys amb estudis universitaris i gasten un 30% més que les persones sense discapacitat. Barcelona és una de les ciutats més accessibles d'Europa amb un 92% de les vies públiques accessibles; el 91% de les estacions de metro equipades amb ascensors; el 100% dels autobusos equipats amb rampes retràctils així com parcs amb àrees especials de joc per infants amb necessitats especials, hotels i locals de concurrència pública accessibles. El segment del turisme accessible és cada vegada més ample, a Europa el 14% de les persones de més de 65 anys tenen discapacitat, això significa un de cada 7. Turisme de Barcelona treballa en la promoció de Barcelona com a ciutat accessible i el 2012 va crear el programa 'Barcelona Sustainable Tourism' (BST) per projectar la ciutat com una destinació preferida pel turisme sostenible i accessible.

## **Impuls al transport sostenible**

Amb l'objectiu d'impulsar la sostenibilitat en la mobilitat promovent els desplaçament en mitjans més sostenibles, aquesta setmana se signarà un nou acord amb Renfe que amplia l'acció conjunta i es mantindrà una reunió amb la Societat Nacional de Ferrocarril francesa (SNCF)-Elipsos, especialistes en trens d'altra velocitat a Europa, per a la promoció internacional en mercats europeus com UK. D'altra banda, la Red de Ciudades AVE ha programat també una trobada per impulsar la presència de Barcelona a nivell internacional. Tot plegat un paquet de mesures dirigides a promoure el transport sostenible i els desplaçaments ferroviaris.

## **Reunió amb les oficines de Turespaña**

En un altre ordre de reunions i trobades hi ha prevista un seguit de reunions en l'àmbit LGTB i una reunió amb les OETs de Turespaña per actualitzar tot el que fa referència a la promoció de la destinació Barcelona i intercanviar impressions en un context canviant i en el marc actual. En aquesta reunió hi assistiran la direcció de Turespaña i els directors de les OET, el president del comitè executiu de Turisme de Barcelona, **Eduard Torres**; el regidor de Turisme i Industries Creatives, **Xavier Marcé**; el diputat de la Diputació de Barcelona, **Juan Luis Ruiz** i diferents representants dels quadres directius i tècnics de Turisme de Barcelona, Direcció de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona i de la Gerència de Turisme de Diputació de Barcelona. Una reunió de treball per intercanviar impressions, dubtes i plantejar qüestions al voltant dels temes que preocupen a nivell extern així com de governança del turisme, de les complicitats amb el territori així com la dimensió empresarial en la gestió i promoció de la destinació.

El Consorci ha definit un Pla d'Acció per el 2020 que s'ha treballat a partir de l'Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona (EMTDB), posant el model turístic de la destinació al servei de la ciutadania i del desenvolupament econòmic, potenciant el turisme de reunions amb propostes enfocades a promoure el llegat i la sostenibilitat dels esdeveniments; promovent l'estil de vida i els seus valors culturals i creant estratègies de màrqueting amb una clara orientació a l'entorn digital.

Com en edicions anteriors, el Consorci comparteix espai dins de l'estand de l'Agència Catalana de Turisme (ACT), en el context de l'Any del Turisme Esportiu, en un exercici en què es continuarà aprofundint en la microsegmentació. Així, s'han determinat accions

al voltant de l'esport i l'aposta per nous segments, com és el turisme familiar, que es reforçarà amb noves accions i productes, i l'impuls de les indústries creatives a través de línies de col·laboració amb altres actors.

Un dels aspectes que prenen més rellevància en una fira com Fitur és la possibilitat d'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.

### **Mercat espanyol**

Pel que fa a l'estratègia de desenvolupament de mercats, i en el context de FITUR, val a dir que Espanya és el principal mercat de visitants que rep la ciutat, amb un 15% del total de visites, no així en pernoctacions que se situa per darrera dels EEUU amb una quota al voltant de l'11%, amb dades acumulades gener – novembre 2019. Al conjunt de la Destinació Barcelona enguany (gen-nov2019) Espanya ha representat el 24% del turistes i el 18% de les pernoctacions. Respecte el 2018, i amb les xifres provisionals de tancament, de gener 2018 a novembre 2019, a Barcelona el nombre de turistes espanyols va disminuir prop d'un 6% mentre que en pernoctacions la davallada va ser del 9%. D'aquest flux de visitants, el 43% venen atrets per la oferta d'oci i Cultura; el 30% per negoci i el 26% per motius personals. Amb una mitjana d'edat de 37 anys, la gran majoria venen amb tren (41%) seguit de l'avió (37%) i un 14% en vehicle propi. La majoria de les reserves de l'allotjament es fan directament amb l'empresa per internet (53%) i un 20% per TTOO per Internet. Sobre el grau de repetició, un 83% ja ha vingut anteriorment en alguna altra ocasió i només un 17% ve per primera vegada. La majoria, un 43%, ve sol; un 31% en parella i un 8% en família.

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 de compres i cultura.

### **Trobada amb Dragon Trail per a la promoció del mercat Xinès en clau digital**

De l'agenda de reunions més rellevants d'aquesta edició de la fira destaca una trobada amb les agències receptives xineses més importants de Dragon Trail on també hi participarà Air China, i on es presentarà el curs de la China Travel Academy que es fa a

través del WeChat de l'Agència Catalana de Turisme. Aquest curs es va presentar per primera vegada en el *roadshow* de Turisme de Barcelona el novembre de 2018 a la ciutat de Shanghai a un grup de 70 agents xinesos que va significar un pas endavant en la manera de promocionar, en format digital mitjançant el qual va permetre multiplicar exponencialment el nombre d'agents. Per donar un nou impuls en aquest curs, aquest any s'han contractat dos webinars (seminaris en línia interactius), en clau comerç i en clau cultura, per tal d'incidir en el tipus de visites. En aquest marc, Turisme de Barcelona ha renovat per un any més la contractació del curs ateses les bones perspectives d'aquest mercat i en el marc de l'aposta del Consorci per la transformació digital de la promoció. Es tracta d'un canal que permet formar els agents amb el contingut i imatge que la destinació vol donar i arribar a mercats amb un major impacte reduint alhora les externalitats negatives. Amb aquesta nova via de formació, Turisme de Barcelona arriba a mercats menys coneguts per a la indústria turística propiciant l'apertura de nous mercats.

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