

Barcelona presenta una semana con actividades y ofertas en alojamiento, comercio, restauración y cultura la semana del Mobile



Gaudeix de la millor oferta cultural, gastronòmica, allotjament, transport i comerç.

Del 21 de febrer a l'1 de març

visitbarcelona.com/barcelonaweek

- **Turisme de Barcelona lanza una campaña con los operadores económicos de la destinación que ofrece una propuesta de valor en cultura, gastronomía, alojamiento, transporte y comercio**
- **Con el eslogan “*Ven a Barcelona. Ahora es el momento*”, la campaña se focaliza principalmente en el mercado doméstico y en el visitante que ha planeado venir a Barcelona durante la semana que se tenía que celebrar el Mobile**
- **Hasta el momento, más de 150 establecimientos y operadores de la ciudad ofrecerán se han añadido a la campaña con propuestas de ofertas**
- **Los restaurantes ofrecerán un menú a un precio especial cerrado entre el 21 de febrero y el 1 de marzo**
- **Se aplicará 2x1 en museos y equipamientos culturales junto a la red de museos municipales**
- **En transporte, Renfe ofrece descuentos del 35% en trayectos nacionales con destinación Barcelona**

Barcelona, 19 de febrero de 2020.- Turisme de Barcelona ha presentado esta mañana la campaña que Ajuntament de Barcelona y agentes económicos acordaron el viernes de la semana pasada después de la reunión que la alcaldesa Ada Colau y el teniente de alcaldía, Jaume Collboni, mantuvieron con los distintos operadores y agentes económicos de la ciudad para analizar los efectos de la cancelación del Mobile World Congress. La campaña se ha preparado estos días, orquestada por el Ajuntament y coordinada por Turisme de Barcelona, con el objetivo de ofrecer una nueva propuesta de valor los mismos días que se tenía que celebrar el MWC, como reacción rápida, positiva y con contenido cultural, gastronómico, hotelero y de comercio que va dirigida tanto al congresista visitante que ya tenía vuelo y hotel contratado como al mercado de más proximidad: público local, nacional y europeo.

El primer teniente de alcaldía, **Jaume Collboni**, ha apuntado que “tal y como nos comprometimos desde el Ajuntament de Barcelona, lanzamos un conjunto de propuestas culturales, gastronómicas y hoteleras interesantes dirigidas al conjunto del mercado español, y también para aquellas personas que a nivel internacional tienen reservas hechas para que las mantengan. Estamos muy satisfechos con la reacción que ha tenido la ciudad. El conjunto de operadores ha reaccionado en positivo y están trabajando las 24h del día para hacer una propuesta interesante para la próxima semana y para ofrecer la Barcelona abierta y con propuestas que a todos nos gusta y de la cual estamos orgullosos.”

Por parte del Consorcio, **Eduard Torres**, presidente del comité ejecutivo de Turisme de Barcelona ha destacado que “la iniciativa que hoy presentamos, tan solo una semana después de ser acordada con los diferentes agentes, es resultado de la colaboración entre público-privado y que pone una vez más en valor la figura de Turisme de Barcelona como la entidad capaz de transformar la idea en realidad”. Sobre la cancelación del congreso, Torres ha puesto como nota positiva la oportunidad que supone en la hora de poner en valor el sector tecnológico, y en este sentido ha avanzado que “el sector tecnológico abre un nuevo campo de crecimiento para incorporar en la promoción turística de la ciudad”.

Con el objetivo de revertir los efectos de una situación inesperada, el consorcio público-privado Turisme de Barcelona ha programado una semana entera, del 21 de febrero al 1 de marzo, con un paquete de ofertas y actividades con condiciones ventajosas en transporte, alojamiento, comercio, gastronomía y restauración, y cultura.

Bajo el eslogan: “*Ven a Barcelona. Ahora es el momento*”, la campaña pretende impactar durante unos días ofreciendo todo aquello que representa un valor añadido. La campaña está pensada y planteada para públicos distintos apelando al espíritu de reacción, superación y resiliencia propia de una ciudad con carácter abierto y generoso con el visitante a la hora de disfrutar y compartir la ciudad.

Campaña con ofertas en siete tipos de establecimientos

La campaña ofrece actividades y precios especiales en comercios, mercados, restaurantes, hoteles y apartamentos turísticos, transporte y cultura. En total, 7 tipos de establecimientos de partida a los cuales se añadirán durante la semana otros operadores, ya que la campaña estará en continuo desarrollo y se irán sumando iniciativas. Estos paquetes de medidas han estado posibles gracias a la colaboración entre el Ayuntamiento de Barcelona, Turisme de Barcelona y las entidades representativas de los diferentes sectores.

Para poder consultar todas las propuestas, se ha habilitado una página web con toda la información en el enlace www.visitbarcelona.com/barcelonaweek que entrará en funcionamiento al inicio de campaña, viernes, día 21 de febrero, donde se irá actualizando toda la información. También se ha previsto una dirección de correo electrónico bow@barcelonaturisme.com para establecer contacto directo con la organización. En total más de 150 establecimientos y operadores de la ciudad se han unido a la campaña con propuestas de ofertas.

Comercios

Por lo que hace a las tiendas y comercio, se ofrecerán descuentos de un 20% en una selección de artículos. La información concreta de los establecimientos y las distintas propuestas se podrán consultar a la pagina web habilitada, que estará en constante actualización. Por lo que hace a los mercados, el de la Boqueria acogerá el *brunch* que tenía previsto para el día 23 de febrero, mientras que el Mercat de la Concepció ofrecerá

el viernes 28 y el sábado 29 a partir de las 12h una cata de productos del mercado (pendiente definir precio y otros detalles).

Transporte

En transporte, Renfe y la Red de Ciudades AVE se han adherido a la semana en distintos formatos. Renfe ofrece descuentos del 35% en trayectos nacionales con destinación Barcelona mientras que en el mercado europeo, se harán precios especiales en origen desde Londres, París, y Roma.

Alojamiento

Los hoteles de la ciudad aplicaran descuentos lineales a todas las reservas ya sea por alojamiento haciendo la reserva directamente en la web del hotel o en menús a precio cerrado mediodía y noche además de jornadas de puertas abiertas con alguna actividad asociada. Por lo que hace a los apartamentos turísticos, estos ofrecerán un 20% de descuento.

Restaurantes: Los restaurantes ofrecerán un menú especial a precio cerrado entre el 21 de febrero y el 1 de marzo.

2x1 en oferta cultural

En Cultura, se aplicará 2x1 en los equipamientos participantes: museos y equipamientos culturales junto a la red de museos municipales. Equipamientos como Casa Batlló, Recintes de Sant Pau, CaixaForum, Casa de les Punxes, Casa Vicens, Fundació Tàpies, el MNAC, el MACBA o la Biblioteca Alfonso Arús y el Palau de la Música Catalana son algunos de los espacios culturales y de patrimonio que ofrecerán la entrada 2x1.

Por su parte, Turisme de Barcelona ofrecerá descuentos a los productos de Oci Cultura al *Barcelona Walking Tours*, el Mirador de Colom y el Bus Turístic.

Campaña de comunicación

La campaña informativa saldrá anunciada por los medios digitales y de prensa escrita, televisión y radio a partir del fin de semana siguiente y a través de una *página web* se dará toda la información detallada de las ofertas y los paquetes de las actividades.

Se trata de una propuesta de valor pensada para reforzar las empresas y los negocios de la ciudad y la destinación (comarca y área metropolitana) durante una semana en que el impacto económico del MWC repercutía sobre toda la ciudad.

Para más información: Lali Ferrando lferrando@barcelonaturisme.com 93 368 97 00