

La Web de la Barcelona Week acumula 160.000 pàgines vistes en només sis dies

- **El nombre d'operadors participants s'ha anat ampliant dels 150 inicials als 340 actuals entre equipaments culturals, restaurants, hotels apartaments, transport i comerç**
- **Més de 55.000 usuaris s'han interessat en els primers dies per la campanya, organitzada per l'Ajuntament de Barcelona, des de Turisme de Barcelona, i amb els operadors econòmics de la destinació**
- **El 91% de les visites prové del territori espanyol i el màxim interès es concentra en restauració (34% de les consultes), cultura-lleure (29%), comerç (13%), hotels (13%), transports (8%) i apartaments (3%)**
- **La campanya “*Vine a Barcelona. Ara és el moment*” es focalitza principalment en el mercat domèstic i el visitant que ha planejat venir a Barcelona durant la setmana del Mobile**

Barcelona, 27 de febrer 2020.- La Barcelona Week, la setmana amb activitats i promocions en allotjament, comerç, restauració i cultura organitzada des de l'Ajuntament de Barcelona i Turisme de Barcelona amb els operadors per mitigar els efectes de la cancel·lació del Mobile a la ciutat, ha captat l'interès general i la seva web de descomptes acumula fins al moment les visites de **50.004 usuaris**, que han vist **160.077 pàgines** en els primers sis dies de funcionament, i a l'espera del tancament definitiu de la campanya, que s'allargarà fins a aquest cap de setmana, fins diumenge 1 de març.

Es tracta d'una proposta de valor pensada per reforçar les empreses i els negocis de la ciutat i la destinació (comarca i àrea metropolitana) durant una setmana en què l'impacte econòmic del MWC repercutia sobre tot el teixit econòmic de la ciutat.

Més interès pels restaurants i la cultura, majoritàriament des del mercat espanyol

Pel que fa a l'interès que ha despertat la oferta de la campanya, els apartats més consultats a la web visitbarcelona.com/barcelonaweek són, per aquest ordre: els restaurants (34%), seguits per les ofertes de cultura-lleure (29%), comerç (13%), hotels (13%), transports (8%) i apartaments (3%).

Del total de visites, el **76%** es realitzen amb dispositius mòbils, un 20% des de dispositius desktop i la resta amb tauleta (4%). La gran majoria, el 91% de les visites, provenen de territori espanyol, seguides per visites des dels EUA (2%), França (1%) o UK (0,8%).

La meitat de les visites són per tràfic directe, és a dir que hi entren directament buscant informació. Mentre que el 20% hi arriba a la web direccionat des de les xarxes socials, el 16% és tràfic de referència i el 14% restant, d'altres canals (correu electrònic, orgànic...).

En xarxes socials, el 47% prové de Facebook, 21% de twitter i 19% d'Instagram o 13% de les *stories* d'Instagram. Pel que fa a tràfic de referència, el 41% arriba des de les pàgines de l'Ajuntament de Barcelona, un 18% des de l'Ara.cat, un 12% des de Visitbarcelona i un 5% des de la web de Betevé.

Pel que fa a la campanya informativa digital, s'han acumulat més de 5.000.000 d'impressions de visualització dels *baners* que s'han distribuït a través de diferents canals i suports.

Una iniciativa sorgida amb els operadors com a reacció a la cancel·lació del MWC

La campanya Barcelona Week va sorgir després que l'Ajuntament de Barcelona i els agents econòmics de la ciutat ho acordessin en la reunió que l'alcaldeessa Ada Colau i el tinent d'alcaldeia, Jaume Collboni, van mantenir amb els diferents operadors i sectors afectats de la ciutat per analitzar la repercussió de la cancel·lació de Mobile World Congress.

La campanya, orquestrada per l'Ajuntament i coordinada per Turisme de Barcelona, es desenvolupa amb l'objectiu d'oferir una nova proposta de valor els mateixos dies que s'havia de celebrar el MWC, com a reacció ràpida, positiva i amb contingut cultural, gastronòmic, hotelier i de comerç que va adreçada tant al congressista visitant que ja tenia vol i hotel contractat, com al mercat de més proximitat: públic local, nacional i europeu.

Sota l'eslògan: "Vine a Barcelona. Ara és el moment", del 21 de febrer a l'1 de març, es promocionen diferents activitats i propostes amb condicions avantatjoses en transport, allotjament, comerç, gastronomia i restauració, i cultura a la ciutat de Barcelona. Ofereix activitats i preus especials en comerços, mercats, restaurants, hotels i apartaments turístics, transport i cultura. Aquests paquets de mesures han estat possibles gràcies a la

col·laboració entre l'Ajuntament de Barcelona, Turisme de Barcelona i les entitats representatives dels diferents sectors.

Més de 340 operadors ofereixen descomptes i avantatges durant la Barcelona Week

Per poder consultar totes les propostes, s'ha habilitat una pàgina web amb tota la informació a l'enllaç www.visitbarcelona.com/barcelonaweek que estarà en funcionament fins a l'1 de març on es va actualitzant tota la informació. També s'ha previst una adreça de correu electrònic bcnweek@barcelonaturisme.com per establir contacte directe amb l'organització. En total, ja son més de 340 establiments i operadors de la ciutat que s'han sumat a la iniciativa oferint diferents tipus de propostes en condicions avantatjoses .

Una campanya basada en activitats i preus especials en comerços, mercats, restaurants, hotels i apartaments turístics, transport i cultura.

Pel que fa a les botigues i comerç, aquests ofereixen descomptes d'un 20% en una selecció d'articles. Quant als mercats, el Mercat de la Concepció oferirà el divendres 28 i dissabte 29 a partir de les 12h un tast de productes del mercat.

En transport, Renfe i la Red de Ciudades AVE s'han adherit a la setmana en diferents formats. Renfe ofereix descomptes del 35% en trajectes nacionals amb destinació Barcelona mentre que el mercat europeu es fan descomptes amb preus especials en origen des de Londres, París, i Roma.

Els hotels de la ciutat apliquen descomptes lineals a totes les reserves ja sigui per allotjament fent la reserva directament a la web de l'hotel o en menús a preu tancat migdia i nit a més de jornades de portes obertes amb alguna activitat associada. Pel que fa a apartaments turístics, aquests oferiran un 20% de descompte.

Els restaurants ofereixen un menú especial a un preu tancat entre el 21 de febrer i l'1 de març.

En Cultura, s'aplica 2x1 en els equipaments participants: museus i equipaments culturals juntament a la xarxa de museus municipals.

Per la seva banda, Turisme de Barcelona ofereix descomptes als productes d'Oci i Cultura al *Barcelona Walking Tours*, el Mirador de Colom i el Bus Turístic.

Per a més informació: Lali Ferrando lferrando@barcelonaturisme.com 93 368 97 00