



## **La Web de la Barcelona Week acumula 160.000 páginas vistas en sólo seis días**

- **El número de operadores participantes se ha ido ampliando de los 150 iniciales a los 340 actuales entre equipamientos culturales, restaurantes, hoteles, apartamentos, transporte y comercio**
- **Más de 55.000 usuarios se han interesado en los primeros días para la campaña, organizada por el Ajuntament de Barcelona, desde Turisme de Barcelona, y con los operadores económicos del destino**
- **El 91% de las visitas proviene del territorio español y el máximo interés se concentra en restauración (34% de las consultas), cultura-ocio (29%), comercio (13%), hoteles (13%), transportes (8 %) y apartamentos (3%)**
- **La campaña "Ven a Barcelona. Ahora es el momento "se focaliza principalmente en el mercado doméstico y el visitante que ha planeado venir a Barcelona durante la semana del Mobile**

**Barcelona, 27 de febrero 2020.-** La Barcelona Week, la semana con actividades y promociones en alojamiento, comercio, restauración y cultura organizada desde el Ajuntament de Barcelona y Turisme de Barcelona con los operadores para mitigar los efectos de la cancelación del Mobile en la ciudad, ha captado el interés general y su web de descuentos acumula hasta el momento las visitas de **50.004** usuarios, que han visto **160.077** páginas en los primeros seis días de funcionamiento, y a la espera del cierre definitivo de la campaña, que se prolongará hasta este fin de semana, hasta el domingo 1 de marzo.

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

**Más interés por los restaurantes y la cultura, en su mayoría desde el mercado español**

En cuanto al interés que ha despertado la oferta de la campaña, los apartados más consultados en la web [visitbarcelona.com/barcelonaweek](http://visitbarcelona.com/barcelonaweek) son, por este orden: los restaurantes (34%), seguidos por las ofertas de cultura-ocio (29%), comercio (13%), hoteles (13%), transportes (8%) y apartamentos (3%).

Del total de visitas, el 76% se realizan con dispositivos móviles, un 20% desde dispositivos desktop y el resto con tablet (4%). La gran mayoría, el 91% de las visitas, provienen de territorio español, seguidas por visitas desde EEUU (2%), Francia (1%) o UK (0,8%).

La mitad de las visitas son por tráfico directo, es decir que entran directamente buscando información. Mientras que el 20% llega a la web direccionado desde las redes sociales, el 16% es tráfico de referencia y el 14% restante, de otros canales (correo electrónico, orgánico ...).

En redes sociales, el 47% proviene de Facebook, el 21% de twitter y 19% de Instagram o 13% de las stories de Instagram. En cuanto a tráfico de referencia, el 41% llega desde las páginas del Ajuntament de Barcelona, un 18% desde el Ara.cat, un 12% desde Visitbarcelona y un 5% desde la web de Betevé .

En cuanto a la campaña informativa digital, se han acumulado más de 5.000.000 de impresiones de visualización de los banners que se han distribuido a través de diferentes canales y soportes.

#### **Una iniciativa surgida con los operadores como reacción a la cancelación del MWC**

La campaña Barcelona Week surgió después de que el Ajuntament de Barcelona y los agentes económicos de la ciudad lo acordaran en la reunión que la alcaldesa Ada Colau y el teniente de alcaldía, Jaume Collboni, mantuvieron con los diferentes operadores y sectores afectados de la ciudad para analizar la repercusión de la cancelación de Mobile World Congress.

La campaña, orquestada por el Ajuntament y coordinada por Turisme de Barcelona, se desarrolla con el objetivo de ofrecer una nueva propuesta de valor los mismos días que se iba a 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 el mercado de mayor proximidad: público local, nacional y europeo.

Bajo el eslogan: "Ven a Barcelona. Ahora es el momento ", del 21 de febrero al 1 de marzo, se promocionan diferentes actividades y propuestas con condiciones ventajosas en transporte, alojamiento, comercio, gastronomía y restauración, y cultura en la ciudad de Barcelona. Ofrece actividades y precios especiales en comercios, mercados, restaurantes, hoteles y apartamentos turísticos, transporte y cultura. Estos paquetes de medidas han sido posibles gracias a la colaboración entre el Ajuntament de Barcelona, Turisme de Barcelona y las entidades representativas de los diferentes sectores.

### **Más de 340 operadores ofrecen descuentos y ventajas durante la Barcelona Week**

Para poder consultar todas las propuestas, se ha habilitado una página web con toda la información en el enlace [www.visitbarcelona.com/barcelonaweek](http://www.visitbarcelona.com/barcelonaweek) que estará en funcionamiento hasta el 1 de marzo donde se va actualizando toda la información. También se ha previsto una dirección de correo electrónico [bcnweek@barcelonaturisme.com](mailto:bcnweek@barcelonaturisme.com) para establecer contacto directo con la organización. En total, ya son más de 340 establecimientos y operadores de la ciudad que se han sumado a la iniciativa ofreciendo diferentes tipos de propuestas en condiciones ventajosas.

Una campaña basada en actividades y precios especiales en comercios, mercados, restaurantes, hoteles y apartamentos turísticos, transporte y cultura.

En cuanto a las tiendas y comercio, estos ofrecen descuentos de un 20% en una selección de artículos. En cuanto a los mercados, el Mercado de la Concepción ofrecerá el viernes 28 y sábado 29 a partir de las 12h una cata de productos del mercado.

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

Los hoteles de la ciudad aplican descuentos lineales 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. En cuanto a apartamentos turísticos, estos ofrecerán un 20% de descuento. Los restaurantes ofrecen un menú especial a un precio cerrado entre el 21 de febrero y el 1 de marzo.

En Cultura, se aplica 2x1 en los equipamientos participantes: museos y equipamientos culturales junto a la red de museos municipales.

Por su parte, Turisme de Barcelona ofrece descuentos a los productos de Ocio en el Barcelona Walking Tours, el Mirador de Colón y el Bus Turístico.

**Para más información:** Lali Ferrando [lferrando@barcelonaturisme.com](mailto:lferrando@barcelonaturisme.com) 93 368 97 00