

## **El Consell General de Turisme de Barcelona aprova el pressupost i el Pla d'Accions pel 2020**

- **El Consell General aprova un Pla d'Acció 2020 amb un pressupost de gestió de 15'3 M€**
- **L'acció promocional posa el focus el mercat nord-americà i els mercats de proximitat tot i mantenir presència en més de 30 mercats emissors**
- **S'incidirà en la micro-segmentació de públics i en les accions ILGTBI i, es potenciarà la participació directa de les empreses a les accions promocionals**
- **Es desplegarà el nou projecte *Barcelona Legacy* de Barcelona Convention Bureau per potenciar el retorn social i l'efecte multiplicador del turisme de reunions**
- **Es treballarà intensament en l'ampliació de l'oferta cultural adreçada especialment als visitants repetidors, que representen el 49% del total**

**Barcelona, 30 de gener de 2020.-** El Consell General de Turisme de Barcelona ha celebrat a l'Ajuntament de Barcelona la seva reunió anual de primers d'any per aprovar el Pressupost 2020 i el Pla d'Accions 2020 en una sessió que ha estat presidida pel regidor de Turisme i Indústries creatives i vicepresident primer del comitè executiu, **Xavier Marcé**, i que ha comptat amb l'assistència i participació del president del comitè executiu de Turisme de Barcelona, **Eduard Torres**, i del vicepresident segon, **Jordi Clos**, en representació de la Fundació Barcelona Promoció, a més dels diferents vocals designats per l'Ajuntament de Barcelona, la Cambra i la Fundació.

Després de fer un breu repàs de l'activitat realitzada el 2019 de la qual es donarà compte quan es presenti la memòria de tancament de l'exercici, s'ha aprovat un pressupost de gestió per l'any 2020 de 15'3M€. Un pressupost per a un període de transició en la governança i que apunta al període 2020-2022. D'aquest pressupost, que es finança principalment a través de l'activitat generada pel propi Consorci, la membresia i per les aportacions públiques, la partida de promoció és la que més puja amb un 5% respecte l'any passat.

El regidor de Turisme i Indústries creatives de l'Ajuntament de Barcelona i vicepresident primer del Comitè Executiu de Turisme de Barcelona, **Xavier Marcé**, ha destacat que “ens cal ampliar els atractius que la ciutat ofereix als nostres visitants així com ampliar el perímetre territorial del turisme a Barcelona i la seva àrea metropolitana”. Marcé ha manifestat la voluntat de millorar les estratègies de gestió turística “per aconseguir anticipar-se als fluxos turístics globals conduint els nostres visitants perquè esdevinguin en el futur ciutadans a temps parcial de la ciutat, plenament integrats en el nostre model de vida.”

Per la seva part, el president del Comitè Executiu del Consorci Turisme de Barcelona, **Eduard Torres** ha insistit en la necessitat de treballar en accions i en polítiques pensades per les empreses i els membres del Consorci i ha assenyalat que el pressupost per aquest any és de signe continuista però que en funció de la nova Estratègia de Màrqueting i d'altres variables que es vagin determinant aquest any es podrà visualitzar un nou pressupost de cara al 2021. Igualment, ha volgut destacar el paper de la Membresia i l'esforç per “proporcionar eines i recursos per a les empreses i mostrar-nos com a plataforma de competitivitat i projecció de l'economia de les empreses del sector turístic”.

### **Pla d'Accions 2020-2022**

El Pla d'accions 2020 se situa en un context en què té com a grans eixos la finalització de l'Estratègia de Màrqueting (EMTDB) i la Mesura de Govern presentada per l'Ajuntament de Barcelona que defineix l'actuació dels propers anys al voltant de a mobilitat, la creació de nous imaginaris i la definició d'escenaris de gestió per administrar els fluxos turístics que rep la ciutat. També la reflexió sobre el serveis de bus turístic feta a partir del Pla de mobilitat Turística de l'Ajuntament de Barcelona és un element essencial per a determinar la seva evolució. El reimpuls de la Membresia del consorci; la

incorporació d'altres sectors com la ciència i la tecnologia; repensar el model de comercialització i la incorporació de l'àmbit metropolità completen l'escenari en el qual es desenvoluparà l'acció en els propers mesos.

En aquest marc i amb aquestes variables de context, la proposta d'acció del Consorci respon a uns objectius generals i a uns objectius concrets. Entre els generals hi ha la sostenibilitat; la governança públic-privada; la promoció integrada de la ciutat; la convivència; Barcelona porta d'entrada; i Cultura. I entre els objectius concrets del Pla d'Acció 2020 destaca la definició del relat de la Destinació, la revisió de les estratègies en funció dels OD's, el llegat del turisme de reunions, la transformació digital i la promoció dels valors culturals i de l'estil de vida de la destinació.

### **Mercats i accions segmentades**

El Pla d'Accions contempla la presència directa en més de trenta mercats emissors però posant el focus en dos d'ells: Nord Amèrica (Canadà, Estats Units i Mèxic) i el mercat domèstic (Espanya i Catalunya), sense oblidar l'acció en els mercats madurs i de proximitat que garanteixen l'estabilitat. Pel 2021 l'estratègia posarà el focus en el mercat asiàtic.

Es continuarà treballant en accions segmentades avançant en la micro-segmentació de públics turístics, potenciant la participació directa de les empreses membres de Turisme e Barcelona a través de workshops, jornades de formació i amb la incorporació de les indústries creatives com actors rellevants. Pel que fa al Barcelona Convention Bureau, destaca especialment l'acció per a la captació de congressos i convencions, el desplegament del projecte *Barcelona Legacy* per potenciar el retorn social del turisme de reunions i l'efecte multiplicador en altres sectors econòmics i la renovació de la presència de Barcelona a l'IBTM el mes de novembre.

Pel que fa a públics o segments, destaca l'estratègia en LGTBI amb un seguit d'accions que tenen per objecte aconseguir que se celebri a Barcelona la convenció mundial de l'IGLTA l'any 2023. A més, s'aprofundirà en segments específics com l'acadèmic, turisme accessible i responsable.

Turisme religiós i científic seran algunes de les novetats d'un Pla d'accions que continuarà abundant en el turisme enogastronòmic i en el marc de l'Any del turisme esportiu considerant el desenvolupament de la proposta de Barcelona com a capital mundial del turisme i l'esport.

En Serveis i Productes es continuarà en l'equilibri entre comercialització i promoció d'acord amb el relat que determini l'Estratègia de Màrqueting (EMTDB) desenvolupant i actualitzant el Barcelona Tickets i el Barcelona Card.

En l'apartat de Coneixement i Innovació, es consolidarà l'estructura i gestió de l'Observatori de Turisme a Barcelona (OTB), participat per l'Ajuntament, la Cambra de Comerç i la Diputació de Barcelona, establint noves línies de col·laboració estable amb la xarxa de coneixement i recerca internacional i participant d'altres observatoris locals i internacionals, i es continuarà en el desenvolupament d'estudis i enquestes de perfil i de coneixement i previsió de l'activitat turística.

D'altra banda, en la reunió d'avui, el Consell ha estat informat de la creació d'un nou àmbit consultiu del Comitè Executiu amb l'objectiu d'ampliar l'àmbit deliberatiu del consorci amb nous actors per donar una resposta que permeti una nova mirada que vagi de la promoció turística a la gestió del turisme a la ciutat. Un àmbit consultiu, no vinculant, que es reunirà un mínim de dos cops l'any, el qual durant el mes de febrer està previst fer-ne la primera convocatòria.

**Per a més informació:**

Lali Ferrando [lferrando@barcelonaturisme.com](mailto:lferrando@barcelonaturisme.com) T. 646 467 715