

**Barcelona Opportunity Week**

**Barcelona presenta una setmana amb  
activitats i ofertes en allotjament, comerç,  
restauració i cultura la setmana del Mobile**

---



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

**Del 21 de febrer  
a l'1 de març**

[visitbarcelona.com/barcelona-week](http://visitbarcelona.com/barcelona-week)

- **Turisme de Barcelona llança una campanya amb els operadors econòmics de la destinació, que ofereix una proposta de valor en cultura, gastronomia, allotjament, transport i comerç**
- **Amb l'eslògan “*Vine a Barcelona. Ara és el moment*”, la campanya es focalitza principalment en el mercat domèstic i en el visitant que ha planejat venir a Barcelona durant la setmana que s’havia de celebrar el Mobile**
- **Fins el moment, més de 150 establiments i operadors de la ciutat s’hi han afegit a la campanya amb propostes d’ofertes**
- **Els restaurants oferiran un menú a un preu especial tancat entre el 21 de febrer i l’1 de març**
- **S’aplicarà 2x1 en museus i equipaments culturals juntament a la xarxa de museus municipals**
- **En transport, Renfe ofereix descomptes del 35% en trajectes nacionals amb destinació Barcelona**

**Barcelona, 19 de febrer de 2020.-** Turisme de Barcelona ha presentat aquest matí la campanya que Ajuntament de Barcelona i agents econòmics van acordar divendres de la setmana passada després de la reunió que l’alcaldessa Ada Colau i el tinent d’alcaldia, Jaume Collboni, van mantenir amb els diferents operadors i agents econòmics de la ciutat per analitzar els efectes de la cancel·lació de Mobile World Congress. La campanya s’ha preparat aquests dies, orquestrada per l’Ajuntament i coordinada per Turisme de Barcelona, 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.

El primer tinent d’alcaldia, **Jaume Collboni**, ha apuntat que “tal i com ens vam comprometre des de l’Ajuntament de Barcelona, llencem un conjunt de propostes culturals, gastronòmiques i hoteleres interessants dirigides al conjunt del mercat espanyol, i també per a aquelles persones que a nivell internacional tenen reserves fetes perquè les mantinguin. Estem molt satisfets amb la reacció que ha tingut la ciutat. El conjunt

d'operadors ha reaccionat en positiu i estan treballant les 24h del dia per fer una proposta interessant per a la propera setmana i per oferir la Barcelona oberta i amb propostes que a tots ens agrada i de la qual estem orgullosos.”

Per part del Consorci, **Eduard Torres**, president del comitè executiu de Turisme de Barcelona ha destacat que “la iniciativa que avui presentem, tan sols una setmana després de ser acordada amb els diferents agents, és resultat de la col·laboració entre públic-privat i que posa un cop més en valor la figura de Turisme de Barcelona com l’entitat capaç de transformar la idea en realitat”. Sobre la cancel·lació del congrés, Torres ha posat com a nota positiva l’oportunitat que suposa a l’hora de posar en valor el sector tecnològic, i en aquest sentit ha avançat que “el sector tecnològic obre un nou camp de creixement per incorporar en la promoció turística de la ciutat”.

Amb l’objectiu de revertir els efectes d’una situació inesperada, el consorci públic-privat Turisme de Barcelona ha programat del 21 de febrer a l’1 de març, amb un paquet d’ofertes i activitats amb condicions avantatjoses en transport, allotjament, comerç, gastronomia i restauració, i cultura.

Sota l’eslògan: “*Vine a Barcelona. Ara és el moment*”, la campanya pretén impactar durant uns dies oferint tot allò que representa un valor afegit. La campanya està pensada i plantejada per a públics diferents apel·lant a l’esperit de reacció, superació i resiliència pròpia d’una ciutat amb caràcter obert i generós amb el visitant a l’hora de gaudir i compartir de la ciutat.

### **Campanya amb ofertes en set tipus d’establiments**

La campanya ofereix activitats i preus especials en comerços, mercats, restaurants, hotels i apartaments turístics, transport i cultura. En total, 7 tipus d’establiments de partida als quals s’hi afegiran durant la setmana altres operadors, ja que la campanya estarà en continu desenvolupament i s’hi aniran sumant iniciatives. 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.

Per poder consultar totes les propostes, s’ha habilitat una pàgina web amb tota la informació a l’enllaç [www.visitbarcelona.com/barcelonaweek](http://www.visitbarcelona.com/barcelonaweek) que entrarà en funcionament a l’inici de campanya, divendres, dia 21 de febrer, on s’anirà actualitzant tota la informació. També s’ha previst una adreça de correu electrònic [bcnweek@barcelonaturisme.com](mailto:bcnweek@barcelonaturisme.com) per establir contacte directe amb l’organització. Fins el moment, més de 150 establiments i operadors de la ciutat s’hi ha afegit a la campanya amb propostes d’ofertes.

**Comerços;** Pel que fa a les botigues i comerç, s’oferiran descomptes d’un 20% en una selecció d’articles. La informació concreta dels establiments i les diferents propostes es podran consultar a la pàgina web habilitada, que estarà en constant actualització. Quant als mercats, el de la Boqueria acollirà el *brunch* que tenia previst per al dia 23 de febrer,

mentre que el Mercat de la Concepció oferirà el divendres 28 i dissabte 29 a partir de les 12h un tast de productes del mercat (pendent definir preu i altres detalls).

### **Transport**

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 faran descomptes amb preus especials en origen des de Londres, París, i Roma.

### **Allotjament**

Els hotels de la ciutat aplicaran 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.

**Restaurants:** Els restaurants oferiran un menú especial a un preu tancat entre el 21 de febrer i l'1 de març.

### **2x1 en oferta cultural**

En Cultura, s'aplicarà 2x1 en els equipaments participants: museus i equipaments culturals juntament a la xarxa de museus municipals. Equipaments com Casa Batlló, Recintes de Sant Pau, CaixaForum, Casa de Les Punxes, Casa Vicens, Fundació Tàpies, el MNAC, el MACBA o la Biblioteca Alfonso Arús i el palau de la Música Catalana son alguns dels espais culturals i de patrimoni que oferiran l'entrada 2x1.

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

### **Campanya de comunicació**

La campanya informativa sortirà anunciada pels mitjans digitals i de premsa escrita, televisió i ràdio a partir del cap de setmana vinent i a través de la *pàgina web* es donarà tota la informació detallada de les ofertes i els paquets de les activitats.

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 tota la ciutat.

**Per a més informació:** Lali Ferrando [lferrando@barcelonaturisme.com](mailto:lferrando@barcelonaturisme.com) 93 368 97 00