

Pla Estratègic de Turisme per a reflexionar sobre el model turístic de Barcelona

- **El pla constarà de dues fases de treball per a desplegar-se durant el període 2010-2015**
- **La capital de Catalunya s'ha convertit en la cinquena urbs turística d'Europa en rebre 58'1 milions de turistes en 15 anys**
- **Turisme de Barcelona fa balanç dels eixos programàtics que han vertebrat la promoció turística de la ciutat**

Barcelona, 23 de juliol de 2008. – Turisme de Barcelona ha presentat aquest matí el Pla Estratègic de Turisme de la ciutat de Barcelona, que ha de venir a repensar el fet turístic a la capital de Catalunya, i que l'Ajuntament de la ciutat ha encarregat al consorci de promoció. Es tracta d'un procés de reflexió que busca garantir la sostenibilitat i la continuïtat de l'èxit turístic barceloní. L'Ajuntament de Barcelona endega aquest procés mitjançant Turisme de Barcelona quan s'esdevenen 15 anys de la fundació del consorci. D'ençà que es va posar en funcionament, la ciutat ha rebut un total de 58'1 milions de turistes, amb un creixement del 190%. Complementàriament, en el període 2000-2007 s'ha registrat un augment de la despesa del turisme internacional amb targeta de crèdit del 251%.

El pla constarà de dues fases. Una inicial de diagnòstic de la realitat actual del turisme a Barcelona, que es desenvoluparà fins a juliol de 2009; i una segona, de setembre de 2009 a juny de 2010, que analitzarà el model de turisme, les línies estratègiques i el pla d'actuacions. El pla establirà objectius i accions de futur amb l'horitzó de 2015, deixant obert un espai permanent d'avaluació i de reflexió sobre l'evolució de l'activitat turística de la ciutat.

Participació general

Per a portar a terme el procés de reflexió, es crearà un **Consell Directiu**, compost per representants de les institucions, grups polítics i organitzacions membres de Turisme de Barcelona i altres, que ha de garantir la participació de tots els sectors interessats. Aquest Consell Directiu es coordinarà amb el **Comitè Tècnic**, de caire permanent i format pel director general i d'altres membres de Turisme de Barcelona i de l'àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament. També integraran aquest grup de treball el coordinador del pla, **Enric Truñó**, i l'**Oficina del Pla**, que ja s'ha posat en marxa.

Així mateix, s'identificarà un ampli col·lectiu de persones que es considerin coneixedores i líders d'opinió amb incidència en el sector turístic de la ciutat, i representatives de totes les sensibilitats, per a crear diferents **Comissions de Treball** específiques per a cada una de les línies de treball o bé per a cadascun dels eixos que puguin identificar-se de l'estudi inicial del pla.

La visió de la ciutadania, el sector i els turistes serà igualment copsada al llarg del procés ja sigui en base a enquestes, entrevistes o altres mecanismes d'investigació.

El pla neix amb uns principis inspiradors, que deriven de la política de promoció portada a terme aquests últims anys i de les línies estratègiques desenvolupades per Turisme de Barcelona, així com del coneixement actual del mercat. Els principis que vertebreren, inicialment, aquesta planificació estratègica són:

1. Identitat de la ciutat com a valor diferencial
2. Sostenibilitat econòmica i social del sector a la ciutat
3. Equilibri territorial
4. Cooperació i participació
5. Innovació i alt valor afegit
6. Coneixement de la demanda

124 milions de pernотacions des de 1993

La ciutat de Barcelona repensa, doncs, l'aposta que durant aquests anys ha fet pel sector turístic. L'equip de govern municipal ha encarregat a Turisme de Barcelona el lideratge i l'elaboració d'aquest pla estratègic justament quan es compleix el 15è aniversari de la fundació d'aquest organisme de promoció. I quan la capital de Catalunya s'ha convertit, en aquest període, en tota una referència del turisme urbà internacional.

Entre 1993 i l'any 2007, Barcelona ha acollit 58.160.432 turistes, en passar de les 2.455.249 persones de l'any 1993 als 7.108.393 clients de l'exercici anterior. Tot plegat, un increment del 189,5% en 15 anys, un comportament que també es reproduïx pel que fa a pernотacions. En aquest temps, els hotels de la ciutat han generat 124.330.152 pernотacions, amb una alça del 220% entre 1993 i 2007.

L'ocupació, al seu torn, també ha experimentat una evolució a l'alça, amb l'augment de 25 punts fins al nivell de 79,7% de l'any anterior. Un salt endavant que s'ha produït de manera paral·lela a l'augment també de la capacitat d'allotjament de la ciutat: el parc hoteler ha crescut un 100% fins a les 27.806 habitacions censades a 31 de desembre de 2007.

En aquest procés de creixement destaca, a més, l'orientació que el parc hoteler ha adoptat cap a les categories de gamma alta. Així, segons dades de Turisme de Barcelona, les places d'hotels de cinc estrelles han crescut un 272,4%, pel 104,8% que ho han fet les dels establiments de quatre estels. Aquest comportament encaixa amb la línia de promoció de Turisme de Barcelona empresa aquests últims anys, i que ha perseguit el turisme d'alt poder adquisitiu.

Equilibri vacacional / professional

L'evolució del sector a Barcelona ha conduït fins pràcticament un equilibri perfecte a la ciutat entre el turisme professional i el turisme vacacional. L'any 2007, després de dècada i mitja de feina de Turisme de Barcelona, el turisme professional va representar el 49% de l'activitat registrada a la ciutat, pel 48% que cal atribuir al turisme vacacional.

Els números del turisme professional (congressos, convencions, viatges d'incentiu, negocis, fires...) han crescut en valors absoluts (un 122,7%) i han reforçat així la seva importància a la ciutat, però el que realment s'ha disparat és el segment del turisme vacacional que, tot i que no és el majoritari a Barcelona, ha crescut en aquest període el 389,3%.

L'equilibri entre professional i vacacional és una de les forteses turístiques de Barcelona, com l'és també la composició de les nacionalitats que hi fan turisme. Així, en 15 anys els turistes espanyols s'han més que doblat, amb un increment del 118,3%, menor, però, que l'evolució experimentada pel conjunt del turisme internacional, que ha millorat els seus números en un 234,1%.

Entre els visitants estrangers, destaca l'èxit entre els ciutadans del Regne Unit i Irlanda (+553,5%), així com també el molt bon comportament d'italians (+195,1%), Estats Units i Canadà (+147,9%), alemanys (+129,2%) i francesos (+104,3%).

Increment de la despesa del 251% (2000-2007)

L'evolució turística de Barcelona també ha significat un augment dels diners que aquesta activitat econòmica deixa a la ciutat. Així, la despesa del turisme estranger amb targeta de crèdit a Barcelona ha crescut el 251,1% des de 2000, el primer any en què es va disposar d'aquest indicador.

I ha tingut també una afectació positiva sobre la vida cultural de la ciutat. En aquest sentit, el turisme ha contribuït de manera decisiva a l'increment de visitants registrat als equipaments culturals i lúdics, que han augmentat un 250,6% en aquests 15 anys.

La cultura ha estat un dels eixos promocionals de Turisme de Barcelona en aquest període, en què també ha donat una importància estratègica al segment dels creuers. En aquest terreny, els números de la ciutat han viscut un augment del 1.062,7%, en passar dels 152.082 creueristes de l'any 1993 als 1.768.306 de l'últim exercici.

La implicació del sector ha estat també una de les divises del consorci de promoció. Participat a parts iguals per l'Ajuntament de Barcelona i per la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, ha sabut incorporar a la seva estructura

fins a 676 empreses que en formen part, els membres de Turisme de Barcelona, que aporten finançament i *know how* a l'organisme. En 15 anys, el nombre de membres s'ha estirat el 404,5% fins a aquestes 676 empreses.

La implicació d'aquest teixit empresarial cal interpretar-la com la validació del model de gestió públic-privat per part del sector, així com el suport a la política de comercialització de productes i serveis de Turisme de Barcelona, que el consorci posa a disposició del visitant per a facilitar-li el coneixement de la ciutat. En el període 1993-2007, els usuaris dels productes de Turisme de Barcelona (Barcelona Bus Turístic, Barcelona Card, Barcelona Walks...) han crescut el 994%.

El creixement turístic de Barcelona en tots els ordres ha convertit la capital de Catalunya en la quarta/cinquena ciutat turística d'Europa, només clarament per darrere de Londres, París i Roma. Entre 1993 i, en aquest cas, 2006, el turisme a Barcelona ha millorat els seus números en un 194,7%.

5.200 accions de promoció

El salt endavant del turisme a Barcelona ha coincidit en el temps amb la feina de Turisme de Barcelona. En aquest període, el consorci ha portat a terme més de 5.200 accions de promoció i ha treballat sobre el terreny més de 60 països de tot el món.

Complementàriament, l'organisme públic-privat ha fet créixer de 6 a 20 els punts d'informació turística que gestiona, i finança, per tota la ciutat. Una tasca considerada també com a estratègica pel consorci, donades les noves característiques del turisme internacional.

Després de 15 anys, així mateix, el pressupost de Turisme de Barcelona ha passat de 4,1 milions a 30,7 milions, donant-se la circumstància que, d'aquesta última quantitat, el 92'4% correspon a la generació de recursos propis, mentre que només cal atribuir el 7,6% del total a la partida d'aportacions de l'Ajuntament i la Cambra.

Uns recursos que Turisme de Barcelona ha posat a disposició de la promoció de Barcelona, que especialment aquests últims anys ha enfocat cap a la cultura, cap al turisme d'alt poder adquisitiu i també cap a la distribució de l'activitat turística per tota la ciutat i entre quants més agents econòmics millor.

Manteniment de la demanda

Pel que fa a l'exercici de 2008, Turisme de Barcelona disposa ja de les dades referents a l'activitat turística del primer semestre de l'any. El consorci prefereix evitar l'anàlisi de dades corresponents a períodes temporals curts, acostuma a referir-se a exercicis sencers o a períodes de vuit o nou mesos. Enguany, però, i donada l'actual situació de crisi i de desacceleració econòmica, no té inconvenient a fer pública aquesta informació per aportar coneixement i dades a la situació econòmica general de la ciutat i del país.

Un total de 3.410.986 persones s'han allotjat en aquest període als hotels de la capital, que han generat 6.325.824 pernотacions. Complementàriament, l'ocupació hotelera se situa en el 74,8%, mentre que el parc hoteler de la ciutat, de maig a maig, s'ha ampliat un 1,9%, de manera que l'ocupació pràcticament manté el nivell de l'any anterior.

Es tracta dels resultats del primer semestre de l'any, que contenen per tant les dades de gener i febrer, dos dels mesos vall del sector a la ciutat, i que coincideixen també amb una fase de paràlisi de l'economia mundial i, per extensió, també del sector turístic a tot el planeta. No és, per tant, una situació que preocupi Turisme de Barcelona, tot i que el consorci estigui seguint de prop l'evolució dels indicadors anuals del sector.

Alça de la despesa dels visitants estrangers durant 2008

De fet, el turisme a Barcelona acredita un comportament a l'alça si es té en compte l'ús de les targetes de crèdit estrangeres a la ciutat. Segons aquesta informació, proporcionada per una entitat d'estalvi, la despesa del turisme estranger a Barcelona en aquest primer semestre ha crescut el 15% sobre els números de 2007. Una evolució de més de dos dígits que mostra l'ascendència creixent de Barcelona en el turisme d'alt poder adquisitiu.

La lectura combinada del nombre de turistes i de les dades de les targetes de crèdit internacionals, indica que Barcelona està aconseguint captar una tipologia de

turisme d'alta capacitat de despesa, un dels objectius que Turisme de Barcelona ha perseguit aquests últims anys en la seva tasca de promoció turística de la ciutat.

Aquest comportament positiu també es produeix en el segment dels creuers, que en el primer semestre ha crescut un 22,6% sobre la referència de 2007, amb un total de 758.845 creueristes que han passat per la ciutat de Barcelona.

Aquests últims són dos indicadors complementaris que ajuden Turisme de Barcelona a matisar el comportament del turisme a la ciutat de Barcelona, que en aquest primer semestre de 2008 se sobreposa a la situació de crisi internacional i obté resultats molt positius quant a despesa i al segment dels creuers, considerat per Turisme de Barcelona com a estratègic per a la ciutat.

Turisme de Barcelona

93 368 97 00

premsa@barcelonaturisme.cat

www.barcelonaturisme.cat/premsa