

Turisme  **2015**
BCN

**PLA ESTRATÈGIC
DE TURISME**

**DE LA CIUTAT
DE BARCELONA**

Maig 2009

PRESENTACIÓ

El turisme, en els seus diferents aspectes, ha esdevingut un dels fenòmens socials i econòmics de més creixement i repercussió social i econòmica a Barcelona durant les darreres dècades. D'una banda, s'ha convertit en un dels principals canals per a la projecció exterior de la imatge de la ciutat i del país, i d'altra banda, els índexs de visitants i turistes han experimentat un important augment en els darrers quinze anys, fet que, sens dubte, demostra la seva importància i vitalitat.

Amb la celebració dels Jocs Olímpics de 1992, Barcelona va aprofitar una extraordinària oportunitat de difondre i promoure la ciutat. A l'empenta inicial d'aquell moment s'hi sumà un treball constant i decidit del sector turístic de la ciutat, que des d'aleshores ha estat encapçalat pel Consorci Turisme de Barcelona.

Turisme de Barcelona naixia com a fruit d'una relació de complicitat i suport entre l'Ajuntament i la Cambra de Comerç, els quals, aprofitant l'avinentsa dels Jocs del 92, establien les bases i l'organització operativa per al creixement turístic de la ciutat. Així, i amb l'adopció d'un Pla estratègic de màrqueting turístic, es constituïa Turisme de Barcelona, organisme que d'aleshores ençà ha treballat per convertir en realitat duradora l'excel·lent posicionament de Barcelona en els mercats emissors.

En els setze anys d'existència, Turisme de Barcelona ha anat desenvolupant i concretant els diversos programes i les múltiples actuacions que han permès convertir la ciutat de Barcelona en el municipi europeu que, proporcionalment, ha crescut més pel que fa al sector turístic. Des de l'any 1987, la ciutat de Barcelona ha anat elaborant diversos plans estratègics amb un enfocament econòmic i social, que darrerament han abastat tot l'àmbit metropolità. Aquest llarg procés ha deixat un ric i ampli coneixement de planificació estratègica a la ciutat.

Avui dia Barcelona s'ha convertit en una destinació de turisme urbà d'indiscutible referència a escala mundial. Actualment, l'activitat turística incideix de forma transversal en la dinàmica de la ciutat, esdevenint un dels seus principals pilars econòmics i de desenvolupament. Un cop assolit aquest grau de maduresa i d'èxit, Barcelona es planteja nous reptes i propòsits, que requereixen un profund procés de reflexió. Aquest procés de reflexió comporta plantejar-se també algunes qüestions clau, com per exemple la quantitat de turisme que pot acollir la ciutat, fins a quin punt ha de continuar creixent o quins tipus d'impactes suposen el creixement turístic i quin futur espera a la ciutat.

Sensible a tots aquests temes el Programa d'Actuació Municipal (PAM) elaborat per l'Ajuntament de Barcelona

pel període 2008-2011 i aprovat el 31 d'octubre de 2008, ha inclòs els següents objectius i línies d'actuació:

Eix d'actuació 4

Desenvolupament econòmic i ocupació de qualitat
Aprofundir en un model de turisme de qualitat que s'integri en la realitat de la ciutat i es concerta amb els sectors implicats.

Eix d'actuació 10

Capitalitat

Barcelona també haurà de tenir un paper de lideratge mitjançant la promoció de la ciutat com a seu internacional de fires, convencions i congressos.

Pel que fa específicament al turisme, el PAM estableix una línia d'actuació que defineix la missió i comprèn quatre grans objectius, que emmarquen un conjunt de mesures.

Línia d'acció 3.8

Turisme

Missió

Reforçar l'atractiu turístic de Barcelona i posicionar-la internacionalment, donant valor al seu fet diferencial i potenciant el turisme de qualitat, a més de millorar els mecanismes de gestió dels efectes del turisme a la ciutat conjuntament amb els veïns i comunicar-ne els factors positius.

Objectiu 1

Promoure un model de turisme que potenciï l'equilibri entre residents i turistes, preservant així els valors identitaris de la ciutat.

Objectiu 2

Potenciar l'impacte econòmic del turisme.

Objectiu 3

Consolidar la imatge internacional de Barcelona.

Objectiu 4

Afavorir l'accessibilitat del turisme a la ciutat i promoure l'eficiència en els sistemes d'acollida i de mobilitat a l'interior d'aquesta.

PRESENTACIÓ

Entre les diverses mesures previstes, assenyallem la referida al Pla estratègic:

3.8.11.

Elaborar un Pla estratègic de turisme, concentrat en els sectors implicats, que abordi la necessitat de planificació de la capacitat d'acollida de turistes i garanteixi la qualitat i sostenibilitat del sector empresarial de la ciutat.

A més, l'any 2006 la Generalitat de Catalunya va establir per primera vegada el seu **Pla estratègic del turisme a Catalunya, amb l'horitzó del 2010**. Per la seva part, el Ministeri de Turisme del govern espanyol va aprovar el 2007 el **Plan del turismo español, horizonte 2020**.

Com a conseqüència de tot això, l'equip de govern de l'Ajuntament de Barcelona ha encarregat al Consorci Turisme de Barcelona l'elaboració del **Pla estratègic de turisme de la ciutat de Barcelona**. Turisme de Barcelona, com a organisme responsable de la promoció turística de la ciutat, situa la seva actuació en el marc del desenvolupament econòmic i social i de la qualitat de vida de Barcelona, i treballa amb el criteri d'impulsar i millorar la realitat de tot el sector turístic.

OBJECTIUS

Partint de la realitat actual i de l'experiència de Turisme de Barcelona, la realització del Pla estratègic engega un procés de reflexió sobre el model de turisme a la ciutat, que ha de servir per definir les futures estratègies d'actuació necessàries per mantenir o incrementar l'interès dels ciutadans, els sectors econòmics, les institucions, els visitants i els turistes. Alhora, el Pla vol implicar positivament la ciutadania en el projecte turístic de Barcelona, en la mesura que pretén construir les bases d'un model turístic que potenciï l'equilibri entre els residents i els visitants, tot preservant els valors d'identitat de la ciutat i de convivència. Al mateix temps, el Pla estratègic establirà les actuacions a dur a terme pels diferents agents públics i privats que incideixen en el sector turístic de la ciutat, per tal de garantir la sostenibilitat i continuïtat de l'èxit en el futur.

El Consorci Turisme de Barcelona, amb una clara **voluntat de reflexió compartida sobre el turisme**, impulsa l'elaboració del Pla estratègic de turisme de la ciutat de Barcelona i assumeix una sèrie de principis i objectius que l'inspiren i el justifiquen. Aquests principis inspiradors es concreten en els següents punts:

Identitat de Ciutat

Èmfasi en la pròpia identitat com a valor diferencial i font d'avantatge competitiu.

Sostenibilitat

Econòmica, considerant la millora de la competitivitat futura dels sectors implicats i l'equilibri entre aquests, com també la implicació de nous sectors i la generació d'ocupació, entre altres aspectes.

Social, considerant l'equilibri de la relació entre ciutadà i turista, la millora de la qualitat de vida de la població, la implicació del ciutadà, el reconeixement, la valoració i la sensibilització pel que fa al fenomen turístic, entre d'altres.

Ambiental, considerant la capacitat de càrrega o de límits al creixement i la disminució d'impactes ambientals, entre d'altres.

Cooperació i Participació

Necessitat de comptar durant tot el procés, i ja des de l'inici, amb la complicitat de la ciutadania, els sectors econòmics i les institucions, per tal d'aconseguir alts nivells d'implicació en el futur turístic de la ciutat dins el marc d'un procés de cooperació i col·laboració pública i privada.

OBJECTIUS

Equilibri Territorial

Necessitat de crear noves àrees d'atracció i de descongestió d'altres zones per a equilibrar els efectes positius i negatius que comporta el desenvolupament de qualsevol activitat turística.

Qualitat, Innovació i Alt Valor Afegit

Necessitat que la innovació i la qualitat siguin el referent en la creació, gestió, prestació i comercialització de nous productes.

Orientació a la Demanda

Importància del coneixement de les necessitats, les preferències i els hàbits de comportament dels mercats actuals i potencials a l'hora de preparar l'oferta de la ciutat.

HORITZÓ 2015

Els objectius de qualsevol planificació han de ser mesurables en el temps, i per aquest motiu han de tenir un punt inicial i un punt final. Amb aquesta intenció proposem que el Pla estableixi objectius i accions de futur vers l'**horitzó 2015**, deixant obert, a més a més, un **espai permanent d'avaluació i reflexió** sobre l'evolució de l'activitat turística de la ciutat.

En definitiva i d'una manera sintètica, els propòsits del Pla se centren en quatre grans interessos:

- Determinar els **impactes i efectes que l'activitat turística** genera en el si de la ciutat, tenint en compte les seves diferents manifestacions, tant qualitatives com quantitatives.
- Reflexionar sobre el **model de turisme** a Barcelona.
- Emmarcar el desenvolupament turístic de la ciutat de Barcelona en la línia del **creixement sostenible**.
- Implicar positivament la **ciutadania** en el projecte turístic de la ciutat.

Dos objectius resumeixen la missió del Pla:

- **La millora de l'activitat turística.**
- **L'encaix del turisme a la ciutat.**

METODOLOGIA

La realització del Pla estratègic assumeix com a premissa bàsica l'aplicació d'un estil metodològic concebut des de la flexibilitat. Per al desenvolupament del procés de reflexió del turisme i la ciutat, es parteix dels criteris, instruments i sistemes propis del plantejament estratègic, que seran rigorosament adaptats a les dimensions i realitats de Barcelona, seguint l'estil de treball assolit en els diversos plans estratègics de la ciutat.

El Pla ha de ser capaç de captar les relacions específiques que hi ha entre els diferents agents turístics i no turístics de la ciutat, actuant en i sobre el territori, i que permetin construir un projecte de futur realista i adaptat a les conveniències reals de la població. Per aquest motiu l'aspecte fonamental en la instrumentació del Pla de desenvolupament turístic és la **participació activa** dels principals agents i institucions que incideixen i promouen el turisme a la ciutat, així com també de la ciutadania. Finalment s'establiran una sèrie d'estratègies que hauran de guiar les accions dels responsables del turisme. A fi i efecte que aquestes línies d'actuació esdevinguin garantia d'èxit i puguin ser aplicades i assumides per a tothom, només poden ser construïdes des del consens i l'entesa mútua.

Primera Fase

DIAGNOSI

Setembre 2008 a octubre 2009

La primera fase abraça el període de setembre de 2008 a octubre de 2009 i en ella s'hi desenvolupa la part analítica i de diagnosi.

Anàlisi

- Obtenir informació objectiva i clara (**radiografia de la realitat actual**).
- **Conèixer les percepcions** dels diferents actors de la ciutat i del sector turístic (ciutadans, sectors, institucions, turistes...).
- Saber **amb qui es competeix**.
- Estructurar **informació rellevant** per a les posteriors **diagnosi** i presa de **decisions**.

Diagnosi estratègica

La diagnosi establirà un retrat actual del turisme a Barcelona, centrant-se en els **aspectes clau** (estratègics) que siguin útils a l'hora d'establir propostes d'actuació (programes). Es comptarà amb la participació dels

agents implicats (ciutadania, sector, turistes, institucions, experts...), i, partint d'una anàlisi DAFO (debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats), es podran establir les línies estratègiques i les pautes d'actuació.

Segona Fase ESTRATÈGIA I PROPOSTES Octubre 2009 a juliol 2010

Amb la diagnosi consensuada i comptant sempre amb la major participació i avinença, es podran establir el model de funcionament del turisme, els nous reptes que cal afrontar i els instruments de gestió del turisme a la ciutat, amb la voluntat d'entrar en una nova etapa, anomenada **segona etapa de gestió concertada del turisme a Barcelona**.

FOCUS GRUPS

Per tal d'identificar els principals temes crítics i aspectes clau del turisme a Barcelona s'han realitzat unes sessions de treball anomenades Focus Grups, que s'han desenvolupat des d'una visió el més àmplia possible i amb la premissa d'una voluntat d'implicació col·lectiva en el procés de reflexió turisme i ciutat.

Les sessions van comptar amb la participació d'un centenar de pensadors i gestors del turisme a Barcelona. Aquests espais de reflexió varen significar el veritable tret de sortida del Pla estratègic, i han permès establir el "full de ruta" a seguir.

Les sis sessions de treball Focus Grups es van desenvolupar entre l'1 i el 8 d'octubre de 2008, amb l'objectiu d'identificar temes crítics i aspectes clau per a la competitivitat i viabilitat futura del turisme a la ciutat de Barcelona.

Les sessions van ser participades per un conjunt de 100 persones que responien totes elles a perfils molt diversos (pensadors, gestors del sector turístic, gestors d'infraestructures i serveis de la ciutat, gestors del sector cultural, agents socials, ciutadans, sindicats i polítics). El conjunt de participants presentaven un vincle comú: la ciutat de Barcelona.

La visió crítica, contrastada i compartida, expressada per aquests representants ha servit per establir les línies de treball en les quals el Pla estratègic concentrarà la major energia durant l'etapa d'anàlisi.

Aspectes destacats de les sessions de Focus Grups:

Relació turisme-ciutadania

Percepció de molèsties i greuge comparatiu.
Necessitat de conciliació i sensibilització ciutadana.

Gestió i model de turisme

Implicació Ajuntament: gestió integral encaix turisme i ciutat.

Reequilibri i diversificació territorial

Desconcentració, ciutat metropolitana, capital de Catalunya.

Infraestructures i mobilitat interna

Estructures de recepció, acollida i distribució del turisme.

Imatge turística

Identitat, cultura i patrimoni, prestigi internacional de Barcelona.

Professionalització

Afavorir qualitat del servei. Estabilitat i qualificació laboral.

SENAT TURISME I CIUTAT

Un total de 300 persones conformen el denominat Senat Turisme i Ciutat, que es caracteritzen per representar les veus més plurals i destacades de Barcelona i el país en termes de turisme i ciutat. La constitució del Senat Turisme i Ciutat té el sentit de recollir i compartir opinions i coneixement.

L'opinió d'aquests representants institucionals, acadèmics, polítics, agents socials i econòmics, agents del sector i de la ciutadania de Barcelona serà tinguda en compte durant el procés de reflexió del Pla estratègic. La constitució de l'anomenat Senat Turisme i Ciutat servirà per a compartir les reflexions del turisme a Barcelona, tant en la part d'anàlisi i de diagnosi, com propositiva. La participació del Senat com a nucli de consulta i reflexió compartida esdevé una via important de comunicació i participació social.

Entre els diversos membres que constitueixen el Senat Turisme i Ciutat, hi figuren representants de les següents institucions:

- Comitè Executiu de Turisme de Barcelona
- Pensadors ciutat
- Acadèmics i consultors experts en turisme
- Gestors d'infraestructures
- Institucions
- Gestors de producte: Cultura, Esport, Àmbit Mèdic, Educació
- Gestors de ciutat
- Gestors del Sector Turístic (Allotjament, agències, serveis, transport...)
- Comerç i Restauració
- Representants polítics dels Districtes
- Representants polítics Grups Municipals
- Entitats socials
- Entitats veïnals
- Entitats econòmiques i socials
- Plans i organismes de participació

La primera de les accions realitzades ha estat l'emissió d'un Qüestionari relatiu als temes tractats als Focus Grups; l'objectiu del Qüestionari emès és el de ponderar i objectivar les opinions i discursos dels participants a les sessions de Focus Grups.

S'han obtingut un total de 160 respostes, l'anàlisi de les quals aporta dades de considerable interès a propòsit de les opinions i l'encaix del turisme a la ciutat.

COMISSIONS DE TREBALL

Les Comissions de treball es posen en marxa a la Fase d'Anàlisi i Diagnosi i tenen com a objectiu principal la creació de diàleg i anàlisi compartida sobre l'encaix del turisme a la ciutat. Les Comissions esdevenen una oportunitat molt significativa per copsar l'opinió dels agents implicats en el turisme i la ciutat.

Cada Comissió centra el seu debat al voltant d'una temàtica concreta, amb la idea de plantejar els punts forts i aspectes crítics de l'objecte en qüestió, partint sempre d'una visió integral i transversal de turisme i ciutat.

Les valoracions sorgides del conjunt de Comissions conformaran una aportació rellevant al Diagnòstic que el Pla Estratègic elaborarà en la seva primera fase de treball, que clourà el proper estiu 2009.

Es realitzen un total d'11 Comissions de treball, classificades segons els següents àmbits: Comissions de caràcter territorial; Comissions de caràcter sectorial; Comissions de producte.

Territorials

- Turisme a Ciutat Vella
- Àrees i Icones turístiques
- La Barcelona dels Districtes
- Entorn Metropolità
- Barcelona, capital de Catalunya

Sectorials

- Restauració
- Allotjament
- Comerç
- Intermediació

Producte

- Turisme i Cultura
- Turisme i Negocis

Més de 250 persones participen en el conjunt de les 11 Comissions de treball. El perfil dels participants és volgutament heterogeni, a fi i efecte de reunir i contrastar diverses visions i sensibilitats a propòsit del turisme a Barcelona; així, formen part de les Comissions de treball representants d'entitats veïnals, associacions de comerciants, representants dels sindicats, membres dels sectors d'allotjament (representants del món hotelier, apartaments turístics, residències d'estudiants, etc.), membres dels sectors del comerç i la restauració, agències de viatges, guies i intermediació, representants del sector i institucions culturals públiques i privades de la ciutat i empresaris i representants de les infraestructures de la ciutat; alhora, també participen membres de Turisme de Barcelona, representants de la Cambra de Comerç, directius i tècnics dels diversos districtes i àrees municipals i també de poblacions de l'àrea metropolitana de Barcelona, representants de la Diputació de Barcelona i de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya i d'altres organismes i institucions públiques i privades, tant de Barcelona com de Catalunya; així mateix, les Comissions també són participades per experts, professors universitaris, periodistes, consultors i coneixedors del turisme i la ciutat. El conjunt d'aquestes veus plurals permet crear debats amplis i contrastats.

Cadascuna de les Comissions de treball compte amb un President i un Relator; la figura de President l'assumeix una personalitat significativa de la ciutat i del país (bàsicament per la seva faceta política, social i cultural), mentre que la figura del Relator correspon a un expert en la temàtica.

Cada Comissió realitza un parell de reunions: la primera tanda de sessions ha estat realitzada entre els dies 21 d'abril i 4 de maig; la segona tanda de reunions té lloc entre els dies 14 i 27 de maig de 2009.

En la segona fase del Pla tindran lloc noves reunions amb el propòsit d'establir les propostes i línies estratègiques d'actuació.

ESTUDIS I GENERACIÓ DE CONEIXEMENT

Informació

Abans de tot, i amb l'objectiu de fornir dades objectives sobre l'actual situació del turisme a Barcelona i identificar les mancances d'informació bàsica –cosa que marcarà les necessitats essencials d'informació primària–, es farà un buidatge de tota la informació disponible actualment.

Investigacions, dictàmens i estudis específics

Es duen a terme un seguit d'investigacions i estudis específics relacionats amb el turisme a Barcelona, per obtenir la informació necessària a l'hora de desenvolupar l'anàlisi de la situació turística. Al mateix temps s'aprofundeix en el coneixement dels aspectes econòmics, socials i mediambientals relacionats amb l'activitat turística de la ciutat, que serveixen també de base de l'anàlisi de la situació.

- Estudi d'impacte econòmic de l'activitat turística a la ciutat de Barcelona
- Quantificació del nombre visitants a la ciutat de Barcelona
- Anàlisi de Benchmarking i de Best Practices en l'àmbit internacional
- Estudi Delphi sobre les tendències del turisme urbà i la seva vinculació a Barcelona
- Estudi posicionament turístic de Barcelona a les xarxes socials
- Estudi posicionament internacional de Barcelona en els mercats emissors

- Estudi d'opinió de col·lectius (allotjament, restauració, comerç, intermediació, equipaments culturals i de lleure)
- Estudi d'opinió “antenes exteriors” (OET's, CPT's, CPN's, Consolats de Mar...)

Grups tècnics específics

Es realitzen petits grups tècnics d'experts que analitzen una temàtica concreta.

- Qualitat i professionalització (CESB)
- Transport i accessibilitat a la ciutat
- Seguretat
- Turisme 2.0

ORGANITZACIÓ

ÒRGANS DE GESTIÓ DEL PLA

Consell Directiu

El Consell Directiu del Pla és format pels representants de les institucions, els grups polítics i les organitzacions membres de Turisme de Barcelona, i altres representants del món del turisme i la ciutat. El Consell Directiu és l'òrgan director del Pla.

Coordinació del Pla

La coordinació general del Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona ha estat encarregada a Enric Truñó, qui compta amb una llarga trajectòria professional en aquest camp, tant en l'àmbit polític com de la gestió pública i privada.

Comitè Tècnic

El Comitè Tècnic, de caire permanent, format pel Director General i altres membres de Turisme de Barcelona, el director de Coordinació i Programes Estratègics de l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament i els membres de l'Oficina del Pla, té la responsabilitat de garantir la dinàmica de procés del Pla.

Oficina del Pla Estratègic

Constituïda expressament amb motiu del Pla, aquesta oficina és formada per un equip de tècnics pluridisciplinari amb dedicació permanent. Té la responsabilitat de redactar i conduir el Pla.

ESPAIS DE TREBALL I PARTICIPACIÓ

Comitè Assessor

L'Oficina del Pla Estratègic compta amb el suport d'experts del turisme, els quals, constituïts en Comitè Assessor, aporten una visió i una revisió externa i experta del procés i el treball del Pla estratègic.

Pla estratègic metropolità de Barcelona

Des de l'inici i d'una manera permanent, es tindrà en compte l'experiència del Pla estratègic metropolità de Barcelona, assumint que el seu bagatge en l'anàlisi i el diagnòstic de la realitat barcelonina abonarà profitosament la bona marxa del Pla estratègic de turisme de la ciutat de Barcelona. Aquesta coordinació permetrà garantir que el desenvolupament del present Pla sigui integrat en els processos de reflexió global que la ciutat (i l'entorn metropolità) té endegats des de fa anys.

Consell d'Acadèmics

El Consell d'Acadèmics està integrat per professors experts en els diversos camps de coneixement en relació al turisme i la ciutat de les universitats catalanes. El seu objectiu consisteix en aportar el coneixement interdisciplinari, així com donar suport a la realització del Pla estratègic i aprofundir en el coneixement dels aspectes turístics de la ciutat.

Organismes i institucions diversos

També es preveu la participació d'una sèrie d'organismes i institucions, com ara el Consell Econòmic i Social de Barcelona i el Consell de Ciutat, entre d'altres, els quals, d'una manera directa o indirecta, incideixen en la reflexió sobre turisme i ciutat promoguda pel Pla estratègic.

S'establiran mecanismes d'enllaç permanents mentre duri el Pla; en aquest sentit, amb un doble objectiu:

- Copsar l'opinió sensible d'alguns col·lectius: ciutadans i treballadors, entre d'altres.
- Alinear estudis, investigacions, recerques que ja s'estan desenvolupant o que es poden dur a terme.

COMUNICACIÓ

Web

El Pla disposa d'una pàgina web (www.turismebcn2015.cat) amb l'objectiu de convertir aquesta eina en el canal de difusió, divulgació i diàleg amb la ciutat (sector, ciutadania, institucions...), cosa que afavorirà el coneixement del ciutadà del procés de reflexió turisme i ciutat. El web compta amb un espai d'Actualitat en el que hi van apareixent les informacions més destacades del treball del Pla, així com informacions sobre esdeveniments i actualitat del turisme a Barcelona. A més, el web també compta amb un apartat de Documentació en el que s'hi troben diferents documents d'interès (reculls de premsa, documents del Pla, estadístiques, etc.).

La pàgina web també disposa d'un espai específic dedicat a les Comissions de treball, en el que els participants de cadascuna de les Comissions poden trobar i intercanviar informacions, diàlegs i documents.

Premsa

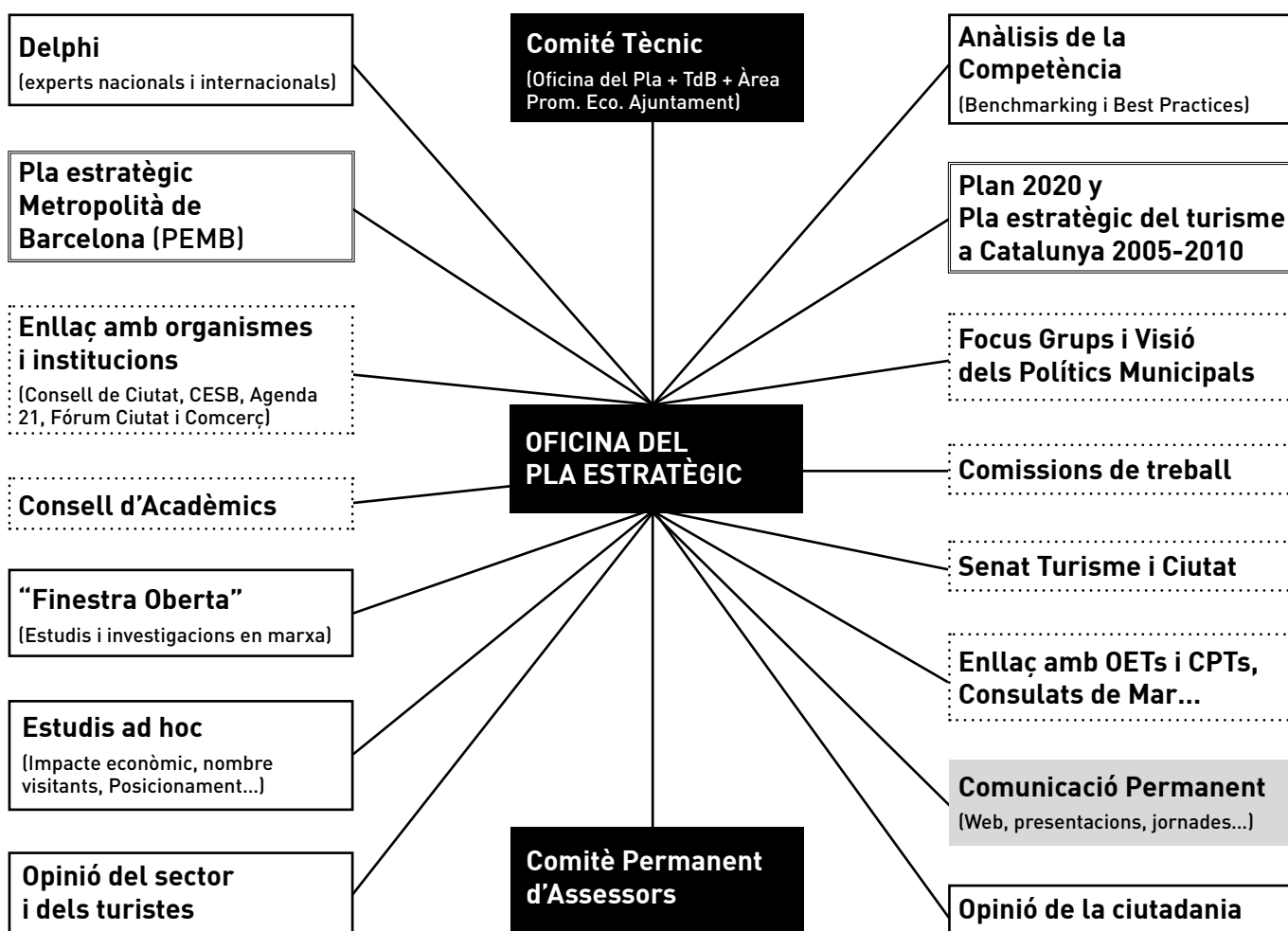
La premsa esdevé un medi adequat per comunicar el Pla: es realitzaran rodes de premsa i articles als diversos medis

ORGANITZACIÓ

de comunicació escrits de la ciutat i del país a fi i efecte de donar a conèixer el Pla.

Jornades

Al llarg del període del Pla es preveu fer diverses jornades de presentació de resultats i de «discussió» amb el sector i els col·lectius especials convenients.



- Projectes inspiradors
- Investigacions i estudis específics
- Espais de treball i participació
- Comunicació
- Àmbit de Gestió i Desenvolupament

CALENDARI

Fase Inicial

Juny - juliol 2008

- Constitució del Comitè Tècnic i l'Oficina del Pla Estratègic.
- Etapa de treball intern.
- Definició de continguts, metodologia, cronograma i equip de treball
- Roda de premsa de presentació del Pla estratègic. 23 de juliol 2008

Primera Fase

FASE D'ANÀLISI I DIAGNÒSTIC

Setembre 2008 – octubre 2009

Setembre 2008 – desembre 2008

- Realització de sis sessions de treball “Focus Grups”, amb representants de l'àmbit de la gestió turística i les infraestructures i amb «pensadors» de la ciutat per identificar els temes crítics i els aspectes clau del turisme a Barcelona.
- Constitució del Senat Turisme i Ciutat i emissió de qüestionaris.
- Definició de les Comissions de Treball.
- Recollida de les dades objectives del turisme a Barcelona i de totes les matèries que s'hi relacionen.
- Definició d'informació necessària i encàrrec d'estudis.
- Presentacions sectorials i institucionals.

Gener - maig 2009

- Realització d'estudis i recerca.
- Opinió dels sectors. Emissió de qüestionaris.
- Delphi amb experts nacionals i internacionals.
- Benchmarking internacional.
- Posicionament en mercats emissors
- Constitució i desenvolupament de les Comissions de Treball.

Juny - setembre 2009

- Constitució i realització Grups de Treball Tècnic.
- Redacció de l'anàlisi i diagnòstic de la realitat turística de Barcelona.
- Consens de la diagnosi i proposta de model.

Octubre 2009

- Presentació del document d'Anàlisi i Diagnosi.

Segona Fase

PART ESTRATÈGICA. PROPOSTES

Octubre 2009 – juliol 2010

- Línies estratègiques de desenvolupament
- Noves comissions, dictàmens i grups de treball
- Programes d'actuació
- Presentació i aprovació del Pla estratègic de turisme de la ciutat de Barcelona al mes de juliol de 2010.

www.turismebcn2015.cat