

# Pla d'accions Turisme de Barcelona Juliol – Desembre 2020



>13.953.209  
Turistes

(OTB, 2019)

>33.807.811  
Pernoctacions

(OTB, 2019)

52.686.314  
passatges aeroport

(OTB, 2019)

8.800M despesa  
directa Turistes

(OTB, 2019)

158.942 Ocupats  
(13,7%)

(OTB, 2018)

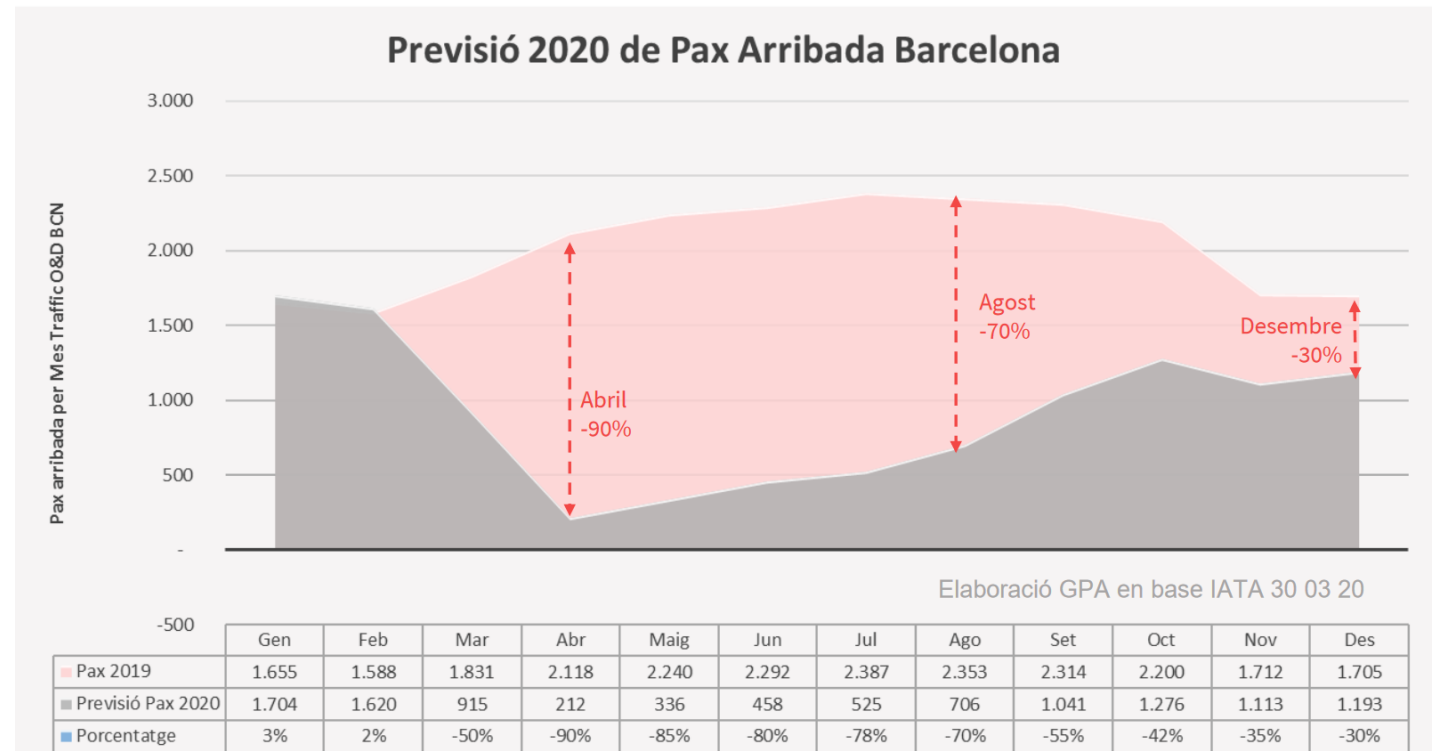
12.283 Empreses  
(16,1%)

(OTB, 2018)

# Claus d'evolució turística 2020 a Barcelona

## Factors decisius

- ❖ Restriccions de viatge
- ❖ Ordre d'arribada dels mercats:
  - ❖ Local
  - ❖ Nacional
  - ❖ Europa *Schenguen*
  - ❖ Extracomunitaris
  - ❖ Llarga distància
- ❖ Motivació de viatge:
  - ❖ Tranquil·litat
  - ❖ Espais oberts
  - ❖ Natura



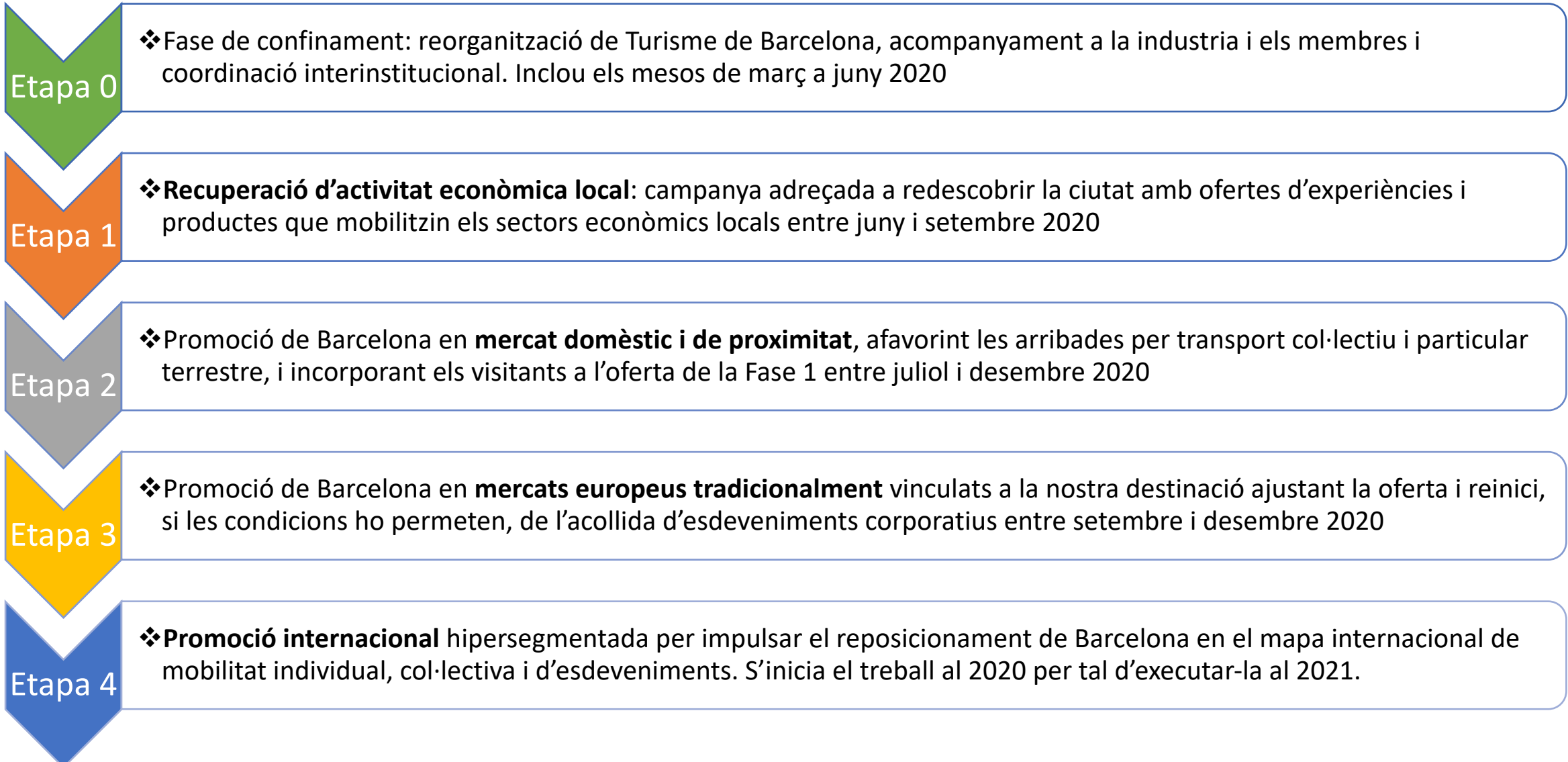
Font: GPA per a l'Observatori del Turisme a Barcelona (Abril 2020)

# Idees per a la (re-)formulació d'un relat

- ❖ L'activitat turística és un **motor econòmic** fonamental de la ciutat de BCN
- ❖ El model turístic és un **tema de ciutat**
- ❖ Tenim la oportunitat de **reinventar la promoció** turística de la ciutat:
  - ❖ segmentar mercats i perfils: escollir qui volem que vingui!
  - ❖ alinear els missatges, productes i models amb els valors de la ciutat
  - ❖ harmonitzar l'activitat turística amb la vida dels residents
  - ❖ digitalitzar i innovar
  - ❖ introduir a la promoció nous imaginaris
- ❖ Impulsem la manera tradicional de treballar **públic-privat**, i incorporem a la **comunitat**: ampliem el nostre abast i diversitat d'actors i de projectes
- ❖ Barcelona és una **ciutat global** i com a tal es presenta al món: segura, oberta, diversa, sostenible, accessible i hospitalària
- ❖ Barcelona és un destí **madur i resilient**, amb una oferta diversificada i d'excel·lència

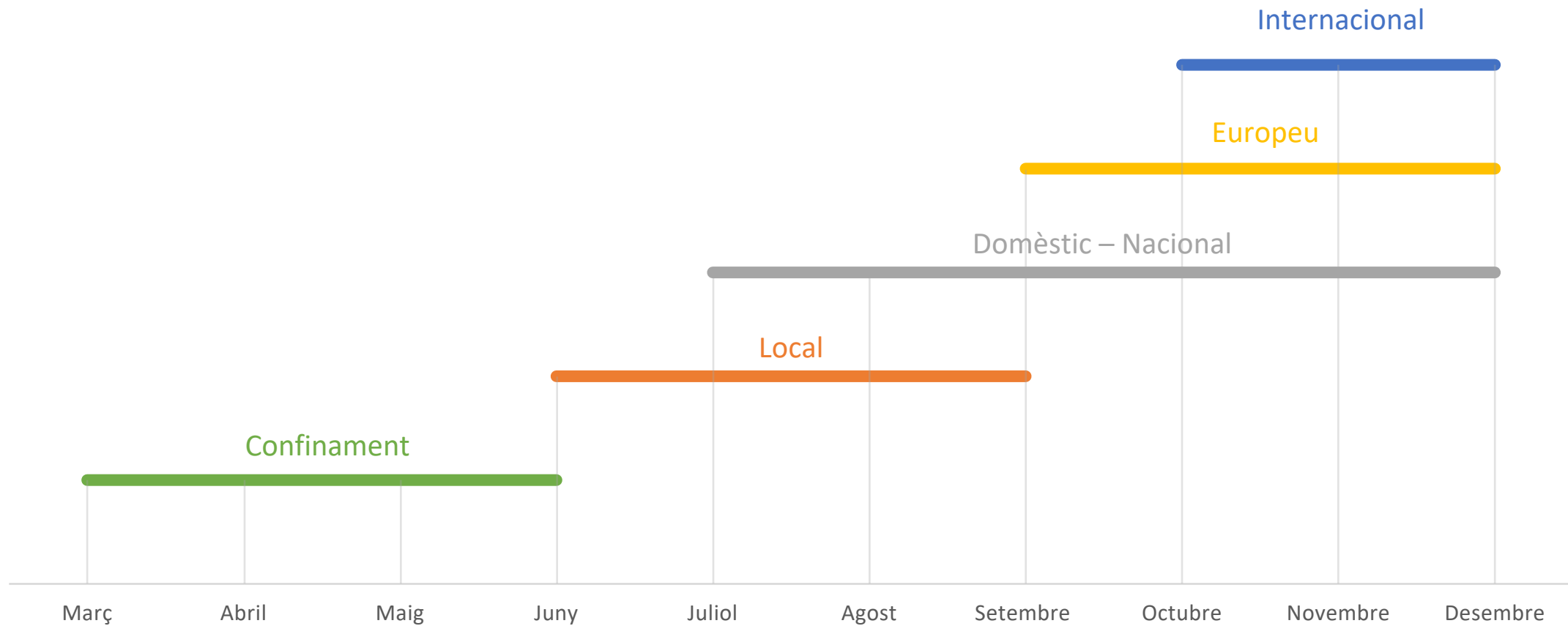


# Etaques de l'estratègia de Turisme de Barcelona



# Time Line

Etapa 0   Etapa 1   Etapa 2   Etapa 3   Etapa 4



# Etapa 0: confinament

**Objectiu** **Afrontar** la situació d'aturada de l'activitat i **preparar** la reactivació econòmica, tant a Turisme de Barcelona com a les empreses de l'activitat turística.

**Reorganització estratègica** per a donar respostes adequades a la situació actual en tant a l'organització interna com a la creació de nous serveis pel membre i el conjunt de l'ecosistema turístic. Mantinent el paradigma **col·laboratiu** públic-privat-comunitari, així com diversificant els actors. Acompanyament i assessorament personalitzat als membres de Turisme de Barcelona.

**#BarcelonaVisitsYou**

## Iniciatives destacades

- Informació actualitat Covid-19
- Reformulació de la membresia
- Protocols PostCovid-19
- Biosphere
- Webinars
- Sant Jordi Solidari

# Etapa 1: reactivació local

**Objectiu** Impulsar la **reactivació econòmica** de l'ecosistema empresarial turístic, motor d'altres sectors, dins del marc de treball institucional de la Destinació, estimulant la **participació del públic local** a l'oferta turística.

En el marc d'inici de la desescalada per fases del Covid-19, ens emplacem a **fomentar el consum** per part del públic local de l'oferta tradicionalment turística de la ciutat com a fórmula de promoure la reactivació de l'economia del visitant. **Sumar esforços** vers la normalització de la vida a la ciutat tant per a la ciutadania com per a les empreses.

## Marketplace

*Campanya municipal*

### Iniciatives destacades

- Plataforma d'oferta d'activitats (Marketplace Viu BCN)
- Pride Virtual
- Dia mundial del Medi Ambient
- Business with Social Value



# Etapa 1: Marketplace

## QUÈ S'INCLOU

Més de 150 activitats, productes i experiències a l'aire lliure, d'allotjament, compres i comerç de proximitat, culturals, familiars, restaurants, de mobilitat i LGTBIQ+ friendly.

Reserveu la que més us agradi!



**ACTIVITATS A L'AIRE LLIURE**



**ALLOTJAMENT**



**COMPRES I COMERÇ DE PROXIMITAT**



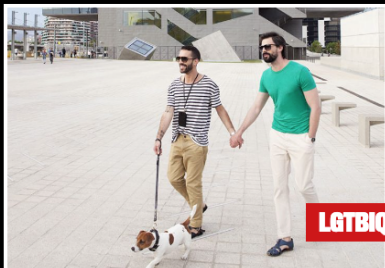
**CULTURA**



**EXPERIÈNCIES**



**FAMÍLIES**



**LGTBIQ+**



**MOURE'S PER LA CIUTAT**



**RESTAURANTS**

### Activitats a l'aire lliure

Mar  
Esports i Natura  
Altres

### Cultura

Visites guiades  
Museus  
Espais d'exposició  
Patrimoni arq.  
Concerts  
Espectacles

### Experiències

Enogastròniques  
De compres  
Culturals

### Famílies

Activitats d'oci  
A l'aire lliure  
Culturals  
Gastronòmiques  
De compres

### Allotjament

Hotels 5\* GL i 5\*  
Hotels 4\*S i 4\*  
Hotels 3\*  
Hotels 2\*  
Hotels 1\*  
Apart. Turístics

### Restaurants

Servei a domicili  
Servei per emportar  
Oberts  
Cuina catalana  
Cuina d'autor  
Cuina de mercat  
Cuina internacional  
Cuina de tapes  
Altres tipus cuina

### LGTBIQ+

Propostes diverses

### Compres i comerç de proximitat

Artesania i regals  
Belleza  
Complements  
Esports  
Emblemàtiques  
Gourmet / Queviures  
Llar  
Joieries  
Moda sostenible  
Dissenyadors  
Botigues en museus  
Centres comercials  
Grans magatzems

### Moure's per la ciutat

Aparcaments  
Bus Turístic  
Lloguer de bicis  
Patinets  
Altres mitjans de transport

# Etapa 1: Marketplace

**Objectiu:** Turisme de Barcelona crea una **eina digital** que permet presentar la oferta de **productes i experiències de la ciutat als residents**, fent-la accessible a a través d'un **Marketplace** segmentat per diferents temàtiques.



- ✓ A la plataforma s'hi podrà accedir a través de la URL [visitbarcelona.com/Marketplace](https://visitbarcelona.com/Marketplace)
- ✓ Té una durada prevista de 4 mesos: juny, juliol, agost i setembre, amb possible continuïtat
- ✓ Publicada en 4 idiomes (català, castellà, anglès i francès)
- ✓ Dóna visibilitat a la oferta de la ciutat a mesura aquesta es vagi incorporant a l'activitat
- ✓ Convida a la ciutadania a viure i a redescobrir la seva ciutat gaudint de propostes organitzades per temàtiques, segon 9 tipologies diferents, ja siguin noves o renovades.
- ✓ És una plataforma "viva" en la que s'aniran incorporant noves propostes a mesura que els operadors les vagin comunicant i posant al mercat.

# Etapa 2: mercat domèstic i de proximitat

**Objectiu** Promoure les visites del **mercat domèstic** i de proximitat fomentant l'accés a la destinació per **vies terrestres**. Segmentant i diversificant l'oferta per tal de fer-la **atractiva** pels potencials mercats.

La captació del mercat nacional i de proximitat es planteja a partir d'una **campanya promocional** de la Destinació, amb la **col·laboració estratègica** de rellevants institucions públiques i privades, com exemple Renfe, OTAS i RACC, entre altres.

Campanya Destinació  
Barcelona

## Iniciatives destacades

- Impuls Indústries Culturals i Creatives
- Acords de col·laboració amb operadors de mobilitat: *Red Ciudades AVE*
- Accions de fidelització segment fires i congressos

# Etapa 3: mercats europeus tradicionals

**Objectiu** Reimpulsar l'atractiu de Barcelona pels **mercats madurs europeus** que tradicionalment han contemplat la Destinació com a referent en el **turisme urbà** i en l'**organització d'esdeveniments**.

En un moment en què es preveu que la situació permeti l'**organització d'esdeveniments a nivell europeu**, com per exemple l'IBTM i WTM, ens emplacem a reactivar la Destinació tant pel turisme urbà com pel desenvolupament d'esdeveniments connectats a segments estratègics que deixin un **llegat** rellevant a la ciutat (indústries creatives, tecnologia, ciència, universitats, ...). En aquesta fase es compatibilitzaran accions als mercats local, nacionals i europeus tradicionals.

**BCN t'uneix, reuneix-te a BCN**

## Iniciatives destacades

- World Travel Market - London
- Summit ETOA (touroperadors europeus) a BCN
- 3r Summit LGTBI
- Turisme enogastronòmic, rutes literàries
- Captació congressos



# Etapa 4: mercat internacional

**Objectiu** Iniciar l'anàlisi de les accions a desenvolupar el 2021 per promoure el **reposicionament de Barcelona** en el mapa **internacional**, tot consolidant les etapes anteriors.

**Turisme de Barcelona** inicia una etapa d'**activitat** amb una nova organització que permeti reforçar i millorar els serveis als seus membres i a la ciutat desenvolupant la seva **missió** amb les eines adequades, com per exemple l'Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona, projectes d'innovació, nous *partners* i l'Observatori del Turisme a Barcelona (OTB), entre altres.

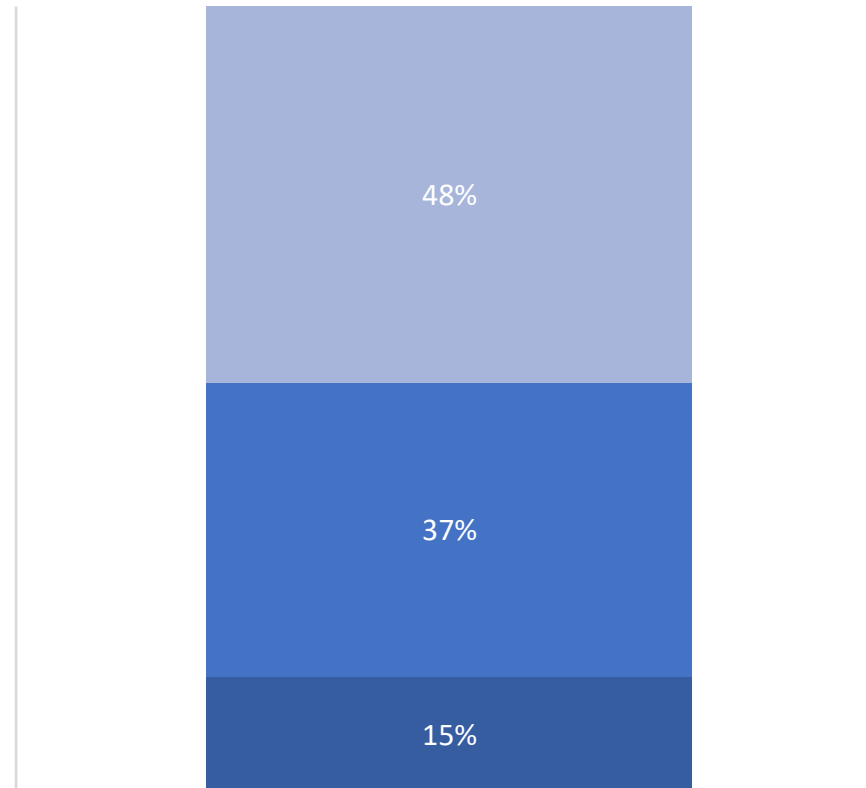
## Iniciatives destacades

**Creativitat Campanya  
Internacional**

- Virtuoso Travel Academy
- UIA *Round table*
- Activitats promoció internacional centrades al mercat asiàtic – xinès

## Mercat

■ Local ■ Nacional ■ internacional





[www.barcelonaturisme.com](http://www.barcelonaturisme.com)

@BarcelonaTurism