

La ciutat de Barcelona s'emporta dos dels premis de la World Travel Market i tanca una setmana protagonitzada per la reflexió i l'anàlisi

La World Travel Market es fixa amb Barcelona com a model inspirador de la gestió i promoció turística

- **Clou la fira de professionals de turisme a Londres que enguany focalitza tota l'atenció en la reflexió i l'anàlisi del turisme *leisure***
- **Barcelona s'emporta dos premis en reconeixement a la gestió del turisme i acapara l'atenció dels agents i professionals**
- **Turisme de Barcelona tanca la seva estada a Londres amb un balanç molt positiu d'una fira marcada pel debat de l'afluència turística i els continguts de la oferta**

Barcelona, 9 de novembre de 2018. – La fira World Travel Market tanca l'edició d'aquest any amb un balanç molt positiu per Barcelona, en protagonitzar bona part dels debats i les sessions de reflexió i de rebre dos premis de reconeixement a la gestió i promoció del turisme.

En total, aquesta setmana, **Turisme de Barcelona** ha celebrat un total de 14 reunions, ha assistit a 3 conferències i seminaris de Promoció i ha participat a 4 conferències i 3 accions institucionals i de representació.

Però, el què ha acaparat l'atenció aquest any, han estat els seminaris i conferències. El director general de Turisme de Barcelona, **Joan Torrella**, ha participat activament en múltiples sessions que el certamen ha organitzat per abordar els reptes que la indústria

del turisme es planteja ja sigui pel que fa a continguts de la oferta o a determinats fenòmens com l'afluència turística. Així, el debat i els contactes entre ciutats i professionals sobre les tendències de futur i objectius i reptes pel 2019 han estat motiu d'interès pels visitants. Entre la densa agenda que ha mantingut la delegació de Barcelona, amb el regidor i vicepresident de Turisme de Barcelona, **Agustí Colom**, la cap de l'Oficina de Promoció de la Diputació de Barcelona, **Anna Sánchez**, i el mateix director del Consorci, **Joan Torrella**, destaquen les intervencions en la taula *What can we learn about Barcelona?*, moderada pel responsable de Turisme de la WTM, Harold Goodwin, i la sessió d'ahir *Overtourism and place identity* on Torrella i el consultor, Chris Fair, van tractar entre d'altres temes, aspectes sobre *branding*, estratègia de màrqueting i posicionament de mercat.

Barcelona ha destacat per la posada en marxa del Pla Estratègic i ha acaparat especialment l'atenció en rebre dos dels cinc premis World Responsible Tourism; el **Premi Overall** per la seva capacitat d'abordar la gestió i la promoció de manera integral, i el premi **Best for Managing Success**, a la millor gestió, en el context de la sostenibilitat del turisme i del debat de les grans afluències turístiques a les ciutats. **Joan Torrella**, qui va ser l'encarregat de recollir el premi, va remarcar l'èxit de la ciutat en abordar el fenomen turístic des d'una visió integradora procurant l'equilibri. L'Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació -va continuar- parteix de la idea "que el turisme és una part indissociable de la ciutat i per tant qualsevol qüestió al voltant del turisme s'ha d'abordar amb la ciutat. En aquest sentit, la nova estratègia comença a caminar a partir de diverses sessions participatives on hi son representats tots els actors i agents socials, econòmics i territorials que intervenen en una activitat que és molt transversal amb l'objectiu d'integrar la realitat turística en la realitat de la ciutat i el seu entorn".

La WTM és la fira de negocis per a professionals del sector turístic més important a nivell internacional en què es presenten les novetats de les destinacions del Regne Unit i dels països participants, i se celebren conferències i taules d'anàlisi sobre temes d'actualitat del sector turístic.

S'hi han tractat temes que afecten a la oferta, com els continguts i les experiències que presenten les destinacions per diferenciar-se i per captar determinats segments i, s'ha pogut constatar l'interès general pels canvis en la comercialització de productes a través de plataformes, *trip planners* i altres actors dedicats a gestionar la demanda a mida. Xina

ha estat el gran actor de la WTM en mostrar-se com el principal mercat en expansió i presentar sistemes de comercialització a través de *Wechat*.

Per a més informació:

Lali Ferrando lferrando@barcelonaturisme.com