

Turisme de Barcelona participa a Fitur amb la sostenibilitat, la cultura i el territori com a elements de promoció

- **El consorci focalitza la seva acció en la promoció del turisme responsable**
- **L'entitat presenta la seva activitat en clau de ciutat**

Barcelona, 16 de gener de 2017. – **Turisme de Barcelona** participa aquesta setmana a la Fira Internacional de Turisme (FITUR), a Madrid, per projectar la seva acció promocional amb la **sostenibilitat, la cultura** i el **territori** com a principals eixos d'actuació durant aquest any. El Consorci compartirà espai dins de l'estand de l'Agència Catalana de Turisme, en el context de l'Any Internacional de la Sostenibilitat, en un exercici en què treballarà per aprofundir en la segmentació, l'enfortiment del turisme de reunions, l'atenció sobre gastronomia i enoturisme, botigues centenàries i el turisme LGTB, entre d'altres.

Turisme de Barcelona com a consorci públic-privat assumeix la seva responsabilitat amb la ciutadania per la qual cosa posa la promoció al servei de la ciutat i aposta per l'alineament amb ella amb un centenar d'accions planificades.



Els principals objectius del BST

Un exemple de tot això és el programa *Barcelona Sustainable Tourism* (BST), creat el 2012, que posa a l'abast dels visitants productes i serveis turístics que els permet gaudir de la ciutat d'una manera responsable i sostenible: allotjaments amb sensibilitat ambiental i social, hotels amb certificacions reconegudes, agències de viatges especialitzades en turisme accessible, espais i serveis dedicats a l'organització d'esdeveniments sostenibles, restaurants i mitjans de transport sostenibles, etc. El programa compta amb 31 empreses membres.

L'objectiu és promoure el turisme sostenible i accessible a la ciutat de manera que la dimensió sostenible impregni tots els àmbits de l'activitat turística i, d'aquesta manera, posar en valor l'aposta pel turisme responsable i de respecte cap a la cultura i el territori. En aquest sentit, el repte de preservar la identitat i la qualitat de la vida urbana obliga a Turisme de Barcelona a treballar en aquells àmbits que permeti arribar més enllà dels límits de la ciutat.

En aquest sentit, des de **Turisme de Barcelona** s'ha donat prioritats a la promoció del marxandatge de producció local, que representa el 90% dels 1.300 productes a la venda de les botigues *Barcelona Original Shop*; l'ús del *braille* per a invidents i bucles magnètics per a persones amb problemes auditius en les principals atraccions turístiques de la ciutat, o el disseny de productes per a persones amb mobilitat reduïda, com l'*Easy Walking Tour*, que permet gaudir d'una visita pel Barri Gòtic.

Cultura i Lleure

Per altra banda, el programa *Barcelona Cultura i Lleure*, creat el 2010 per posicionar Barcelona com a destinació cultural, integra la major part de l'oferta del sector cultural de la capital catalana i arriba ja als 162 membres, comptant els onze nous actors culturals que s'han incorporat aquest any. Entre els seus membres figuren museus i centres d'exposicions, galeries d'art, espais d'interès, teatres, espais de dansa, auditoris, festivals i promotors. L'oferta arquitectònica (amb una puntuació de 8,8), l'oferta cultural (8,5) i l'oci i l'entreteniment (8,3) són els aspectes millor valorats pels turistes que visiten Barcelona, segons les dades de l'última enquesta realitzada per l'Ajuntament de Barcelona.

Territori

Amb l'objectiu de descentralitzar el turisme i distribuir alhora l'activitat turística de manera sostenible més enllà del territori de Barcelona, **Turisme de Barcelona** va posar en marxa el 2015 el programa *Barcelona és molt més*, un programa conjunt de la Diputació, el consorci de Turisme i l'Ajuntament, per promocionar l'oferta turística de la ciutat i la de les comarques de Barcelona, com una destinació turística integral i d'alt valor afegit. Les institucions i entitats implicades en aquest programa treballen conjuntament i des d'una única plataforma per generar una destinació turística amb més atractius, continguts i activitats pels visitants. El Consorci, que treballa en la creació i potenciació de nous productes, s'ha marcat com a objectiu aconseguir que els productes relatius a les comarques de Barcelona superin el 25% actual de l'oferta i que estiguin adreçats en major grau al públic resident.

Per a més informació:

INTERPROFIT- benito.badrinas@interprofit.es / ana.saa@interprofit.es 93 467 02 32