

Turisme de Barcelona participa en Fitur con la sostenibilidad, la cultura y el territorio como elementos de promoción

- **El consorcio focaliza su acción en la promoción del turismo responsable**
- **La entidad presenta su actividad en clave de ciudad**

Barcelona, 16 de enero de 2017. – **Turisme de Barcelona** participa esta semana en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), en Madrid, para proyectar su acción promocional con la sostenibilidad, la cultura y el territorio como principales ejes de actuación durante este año. El Consorcio compartirá espacio dentro del stand de la Agencia Catalana de Turismo, en el contexto del Año Internacional de la Sostenibilidad, en un ejercicio en el que trabajará para profundizar en la segmentación, el fortalecimiento del turismo de reuniones, el atención sobre gastronomía y enoturismo, tiendas centenarias y el turismo LGTB, entre otros.

Turisme de Barcelona como consorcio público-privado asume su responsabilidad con la ciudadanía por lo que pone la promoción al servicio de la ciudad y apuesta por el alineamiento con ella con un centenar de acciones planificadas.



Los principales objetivos del BST

Un ejemplo de esto es el programa Barcelona Sustainable Tourism (BST), creado en 2012, que pone al alcance de los visitantes productos y servicios turísticos que les permite disfrutar de la ciudad de una manera responsable y sostenible: alojamientos con sensibilidad ambiental y social, hoteles con certificaciones reconocidas, agencias de viajes especializadas en turismo accesible, espacios y servicios dedicados a la organización de eventos sostenibles, restaurantes y medios de transporte sostenibles, etc. El programa cuenta con 31 empresas miembros.

El objetivo es promover el turismo sostenible y accesible a la ciudad de manera que la dimensión sostenible impregne todos los ámbitos de la actividad turística y, de este modo, poner en valor la apuesta por el turismo responsable y de respeto hacia la cultura y el territorio. En este sentido, el reto de preservar la identidad y la calidad de la vida urbana obliga a **Turisme de Barcelona** a trabajar en aquellos ámbitos que permita llegar más allá de los límites de la ciudad.

En este sentido, desde **Turismo de Barcelona** se ha dado prioridad a la promoción del merchandising de producción local, que representa el 90% de los 1.300 productos a la venta de las tiendas *Barcelona Original Shop*; el uso del braille para invidentes y bucles magnéticos para personas con problemas auditivos en las principales atracciones turísticas de la ciudad, o el diseño de productos para personas con movilidad reducida, como Easy Walking Tour, que permite disfrutar de una visita por el Barrio Gótico.

Cultura y ocio

Por otra parte, el programa *Barcelona Cultura y Lleure*, creado en 2010 para posicionar Barcelona como destino cultural, integra la mayor parte de la oferta del sector cultural de la capital catalana y alcanza ya los 162 miembros, contando los once nuevos actores culturales que se han incorporado este año. Entre sus miembros figuran museos y centros de exposiciones, galerías de arte, espacios de interés, teatros, espacios de danza, auditorios, festivales y promotoras. La oferta arquitectónica (con una puntuación de 8,8), la oferta cultural (8,5) y el ocio y el entretenimiento (8,3) son los aspectos mejor valorados por los turistas que visitan Barcelona, según los datos de la última encuesta realizada por el Ayuntamiento de Barcelona.

Territorio

Con el objetivo de descentralizar el turismo y distribuir al mismo tiempo la actividad turística de manera sostenible más allá del territorio de Barcelona, **Turisme de Barcelona** puso en marcha en 2015 el programa Barcelona es mucho más, un programa conjunto de la Diputación, el consorcio de Turismo y el Ayuntamiento, para promocionar la oferta turística de la ciudad y la de las comarcas de Barcelona, como un destino turístico integral y de alto valor añadido. Las instituciones y entidades implicadas en este programa trabajan conjuntamente y desde una única plataforma para generar un destino turístico con más atractivos, contenidos y actividades para los visitantes. El Consorcio, que trabaja en la creación y potenciación de nuevos productos, se ha marcado como objetivo conseguir que los productos relativos a las comarcas de

Barcelona superen el 25% actual de la oferta y que estén dirigidos en mayor grado al público residente .

Para a más información:

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