

**Turisme de Barcelona aposta per la promoció de la Cultura**

## **Turisme de Barcelona viatja a EUA i Mèxic amb el sector Cultural**

- **El consorci de promoció encapçala una acció promocional al continent nord-americà per impulsar el turisme cultural i de qualitat**
- **El Consorci vol convertir Barcelona en un referent en l'àmbit de la cultura, els espectacles, la música i les arts**

**Barcelona, 27 de març de 2017.-** El Consorci **Turisme de Barcelona** encapçala aquets dies una missió de promoció als Estats Units i Mèxic amb l'objectiu d'impulsar el turisme cultural i amb sensibilitat cap a la cultura i la identitat dels pobles. Un total de 16 empreses acompanyen la delegació de **Turisme de Barcelona** per aquest mercat estratègic per a Barcelona.

Els responsables de la promoció de **Turisme de Barcelona** es reuniran amb representats de tour-operadors i organismes sensibles al turisme cultural de les ciutats de Houston, Miami i Mèxic DF.

En aquesta acció al continent americà, Barcelona promocionarà de manera especial tots aquells atractius que tenen a veure amb la cultura, i el patrimoni de la ciutat i dels seus entorns, més enllà de Barcelona, com el **monestir de Montserrat**, així com alguns nous

membres que s'han incorporat recentment al Consorci com la **Casa Vicens**, que té previst obrir a la tardor. En el paquet d'entitats culturals que configurem aquesta acció de promoció a EUA i Mèxic s'hi ha apuntat dues grans institucions com son la **Fundació Miró** i el **Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)**, totes elles adherides al Consorci i que cada vegada sumen més.

**Turisme de Barcelona** s'ha fixat com a objectiu promoure estratègicament atractius culturals i patrimonials, i alhora ampliar l'escala territorial de la destinació. En aquest sentit, viatgen empreses i operadors com ara el monestir de Montserrat per promoure Barcelona és molt més, el programa que conjuntament amb la Diputació de Barcelona va iniciar fa dos anys amb el propòsit de descentralitzar la oferta turística.

### **Prop del 80% dels visitants als museus són turistes**

Segons les últimes dades, de l'Observatori de Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya, gairebé el **80% dels visitants** de museus són turistes i, en casos com el del Museu Picasso arriba amés 90%. Del total de visitants que reben els museus, menys de la meitat van pagar la tarifa completa (un 36% van accedit gratuïtament als museus), una dada que cal tenir en compte en el context de la presència de turistes, que no tenen descomptes.

### **El mercat nord-americà**

Els Estats Units (EUA) és el tercer país més poblat del món, després de la Xina i la India. El perfil del nord-americà que viatja, segons el Departament de Comerç dels EUA, té una mitjana d'edat de 46 anys i una renda mitja-alta alta. Des del punt de vista socio-demogràfic existeixen dos perfils d'edat que cal destacar en relació al comportament turístic: els *mil·lennials* (joves d'entre 18-34 anys), i els *boomers* i *seniors* (nascuts els anys 50 i 60) amb més volum de despesa.

El turista nord-americà considera l'estat espanyol una destinació principalment cultural, ja que el 89% dels que van viatjar el 2015 van realitzar algun tipus d'activitat cultural. La segona activitat que realitzen són les compres (82,9%). Les mateixes dades situen el turisme nord-americà de molta qualitat i, segons la OMT, és el segon mercat emissor amb major volum de despesa turística, només per darrera de la Xina. La situació econòmica favorable, el bon funcionament del mercat laboral i la millora de la connectivitat aèria són factors clau a l'hora de fixar-se en aquest mercat.

Per motiu de viatge, els nord-americans els interessa la Cultura i l'entreteniment però aprecien especialment la gastronomia i l'enoturisme. Així ho demostren les dades estadístiques tant pel que fa al motius de viatge com a les dades distribució de la despesa.

D'altra banda, cal subratllar que aquest és un país sensible al factor seguretat valora positivament el factor de l'estabilitat geopolítica de l'entorn mediterrani.

## **Mèxic**

Segons la secretaria d'Estat de Turisme mexicana, el 59% de les llars mexicanes van realitzar algun viatge el 2013. Les activitats més demanades són conèixer l'art i la cultura (54,8%), visitar espais culturals (54%) i gaudir de la gastronomia. Els factors de decisió de la destinació turística, el visitant mexicà considera que Barcelona té llocs d'interès cultural i històric, qualitat i diversitat de menjar i beure i, una bona infraestructura.

## **Cases singulars i galeries d'art**

Aquest viatge de promoció se suma a altres accions impulsades per **Turisme de Barcelona** per promocionar la cultura. Així, i al llarg d'aquest any, el consorci impulsa el programa Cases singulars, un recorregut per habitatges històrics a través del qual coneixem la història de Barcelona y els seus protagonistes.

El Palauet Casades, la Biblioteca Arús, el Palau Baró de Quadras, la Casa Rocamora, la Torres Bellesguard, la Casa de les Punxes o l'Hotel España són alguns dels immobles que estan inclosos en el programa i que podem conèixer no només l'exterior, sinó també l'interior per saber el dia a dia i la vida dels seus protagonistes, i la ciutat en general.

Igualment, en el marc de l'estratègia de convertir la ciutat en un referent en el món cultural i de l'art, **Turisme de Barcelona** ha editat un nou mapa amb el qual promou una nova ruta cultural per 52 galeries d'art de Barcelona i Catalunya. En versió impresa i interactiva, aquesta guia presenta diferents itineraris perquè els visitants puguin gaudir d'un recorregut cultural per la ciutat. Realitzat en col·laboració amb el Gremi de Galeries d'Art de Catalunya, el fulletó es distribueix en els punts d'informació de **Turisme de Barcelona**, i també en hotels, fires nacionals i internacionals, touoperadors i altres espais del sector turístic.

De fet, l'arquitectura i la cultura són els elements que més valoren els visitants de la ciutat. Segon dades de l'Informe 2015 de Turisme de Barcelona, l'arquitectura rep una valoració de 9,1 sobre 10 per part dels visitants, mentre que l'art es reconegut amb una nota del 8,8.

En aquest context, destaca la publicació aquest any de la guia *Visit Barcelona #Don't let plans go*, que recull un total de 56 propostes per gaudir a Barcelona i altres indrets del Principat al llarg d'aquest any i, bona part d'elles, tenen un component cultural. La **Diada de Sant Jordi**, el Barcelona Primavera Sound, el Grec, el Sónar o el Festival Internacional de Jazz són potser les recomanacions més reconegudes, encara que també hi ha d'altres que ara gaudiran d'aquest suport i promoció.

Encara que Turisme de Barcelona fa temps que promou la cultura, l'art i els espectacles com una de les grans atraccions i ofertes de la ciutat, el consorci de promoció ha redoblat ara aquesta estratègia seleccionant festivals de qualitat que ajudin al posicionament internacional de la capital catalana en aquestes matèries. Prova d'això és l'edició de la guia *Visit Barcelona #Don't let plans go*, traduïda en quatre llengües – català, espanyol, anglès i francès- i dirigida a quatre mercats considerats estratègics pel consorci de promoció: els Estats Units, el Regne Unit, França i Espanya.

#### Barcelona Obertura

En aquest mateix context, com a novetat d'aquest any 2017, Turisme de Barcelona ha incorporat el projecte **Barcelona obertura Classic & Lirics** per promocionar la música clàssica i lírica amb la programació del Liceu, l'Auditori, el Palau de la Música Catalana i Ibercamera a nivell internacional i organitzar paquets turístics musicals d'alt nivell per a melòmans, especialment turistes culturals europeus.