

## **Turisme de Barcelona participa a Fitur con una densa agenda institucional y la apuesta por los valores de la sostenibilidad y la cultura**

- **La entidad asiste a la cita internacional de turismo más importante del estado español con una agenda marcada por la estrategia de cooperación y fortalecimiento de relaciones entre agentes y organismos**
- **Barcelona se presenta a Fitur con la apuesta del 2019 por el Compromiso de Sostenibilidad Turística, que quiere extender a las empresas del sector las buenas prácticas en ámbitos como el trabajo digno, la eficiencia energética, la inclusión social o la protección del patrimonio y la diversidad**
- **El mercado nacional es el primer mercado emisor de la ciudad con un volumen alrededor del 20% de los turistas que recibe Barcelona**

**Barcelona, 21 de enero de 2019.** – **Turisme de Barcelona** viajará a Madrid para participar en la 39.ª edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), la primera cita internacional dedicada a la industria del turismo. El Consorcio aprovechará esta ocasión para proyectar por un lado su acción promocional del 2019, consolidando los mercados próximos y profundizando en el posicionamiento del destino en los mercados lejanos, en Asia y América Latina y, por otro lado, para promover la implementación de

los valores de la sostenibilidad a través del Compromiso de Sostenibilidad Turística, proyecto compartido entre el Ayuntamiento, la Diputación y la Cámara de Comercio. Un proyecto que se enmarca en el encargo del Ajuntament de Barcelona al Consorcio para extender entre los diferentes establecimientos, servicios, productos y equipaciones del destino Barcelona un conjunto de buenas prácticas en ámbitos como el trabajo digno, la eficiencia energética, la inclusión social o la protección del patrimonio y la diversidad.

El Consorcio comparte, como en ediciones anteriores, espacio dentro del stand de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), en el contexto del Año del Turismo Cultural que se alarga al 2019, en un ejercicio en que se continuará profundizando en la segmentación, el fortalecimiento del sector profesional y de reuniones, la atención sobre el comercio de proximidad y auténtico, y la gastronomía entre otros. En este sentido, el Consorcio apuesta por una mayor personalización de su oferta, la digitalización y una profundización y modernización de la presencia internacional mediante nuevos formatos de promoción.

Otro de los aspectos relevantes de la edición de este año de Fitur es el interés de **Turisme de Barcelona** para incidir en las relaciones de cooperación y creación de sinergias con los diferentes agentes y organismos turísticos del sector nacionales e internacionales, tanto a nivel territorial, con la Agencia Catalana de Turismo como nivel de mercado nacional con Turespaña. Por este motivo, el consorcio, entiende esta convocatoria de Madrid como una oportunidad para mantener encuentros profesionales y abrir nuevas vías de colaboración con representantes de estas instituciones, así como con operadores turísticos del sector viajes tanto nacionales como internacionales. En este marco están previstas reuniones de los diferentes representantes que forman la delegación de Barcelona, entre los cuales hay el presidente del comité ejecutivo, **Joan Gaspard**, y el regidor y vicepresidente segundo de Turisme de Barcelona, **Agustí Colom** así como el director general del Consorcio, **Joan Torrella**.

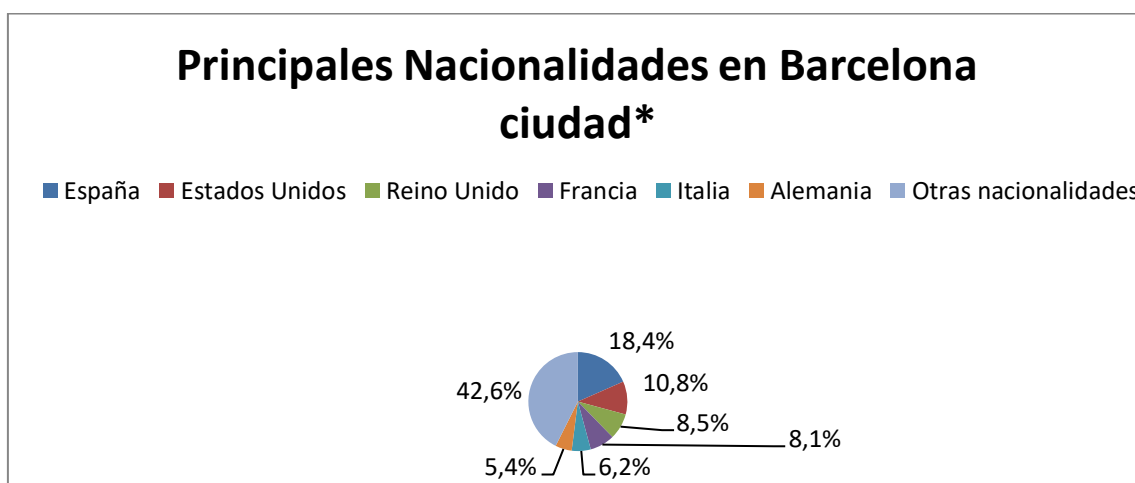
### **Mercados prioritarios**

En cuanto a la estrategia de desarrollo de mercados, el 2019 se continuará con los mercados lejanos, principalmente América Latina y Asia, coincidiendo con las nuevas conexiones aéreas directas entre Barcelona y estos mercados, con ejemplos como la ruta Buenos Aires, Los Ángeles, Seúl y Hong Kong. Países como Colombia o Perú también

han obtenido en los últimos años la apertura de rutas y facilidades al eliminar visados mientras que EE. UU., Japón, Corea del Sur y China han mostrado crecimientos sostenidos. Uno de los rasgos de estos mercados es que la media diaria de gasto es superior a la media de los visitantes a Barcelona (460€ en el caso de los japoneses). Se trata de mercados que muestran un gran interés por la oferta cultural, gastronómica y de compras.

En relación a los mercados de proximidad, que representan casi el 30% de los turistas a la ciudad, contando Francia, Reino Unido, Alemania e Italia, la estrategia se centra en consolidar y reforzar la imagen de Barcelona como destino abierto y acogedora mediante los segmentos compras y cultura.

Turistas Establemente Hotelero	Ene-Nov18	%Var.	
		17/18	%Total 2018
1 España	1.378.607	-2,7%	18,4%
2 Estados Unidos	809.516	15,0%	10,8%
3 Reino Unido	636.984	1,9%	8,5%
4 Francia	606.490	7,6%	8,1%
5 Italia	463.485	10,7%	6,2%
6 Alemania	401.958	0,4%	5,4%



**Fuente:** Idescat.  
del 5%

\*Nacionalidades con una significación por encima del 5%

## **Cultura**

En **cultura**, en el marco del Año Internacional del Turismo Cultural, que se alarga durante todo el 2019, y con el objetivo de reforzar el posicionamiento de Barcelona como destino cultural, se presentará toda la oferta cultural, incidiendo de manera especial en el sector de la música y de las ciudades como receptoras de festivales. Fitur presenta este año varios acontecimientos y debates alrededor del turismo de los festivales de música así como otros como el turismo cinematográfico. Así, **Joan Torrella** participará en una mesa redonda sobre los destinos como receptoras de festivales en que participarán responsables de turismo de algunas ciudades estatales para abordar como gestionar la relación entre festivales y turismo desde un punto de vista institucional.

En este marco, según el último estudio de reputación online del **Observatorio del Turismo**, iRON (Índice de Reputación Online) la cultura es el ámbito que recibe la mejor valoración que con al 8,92, supera el alojamiento (8,24) y la restauración (8,13). De todos los visitantes, quienes mejor puntúan los atractivos de la ciudad, son los mercados chino, ruso, polaco, portugués, inglés y coreano los que mejor la valoran.

## **Sostenibilidad**

En el objetivo de destino de calidad, Turisme de Barcelona, de acuerdo con el Plan Estratégico 2020, posará el foco en la tarea de adhesión del tejido empresarial de la ciudad de Barcelona al compromiso de la sostenibilidad turística posando énfasis en la defensa de las condiciones laborales, el uso eficiente de los recursos y el desarrollo económico, entre otros.

En este marco, Barcelona, que este año ha presidido las ciudades Biosphere Destinations Community, pasará el relevo en la ciudad canadiense de Okanagan, British Columbia, en un acto que tendrá lugar el día 24 en el stand ITR (Instituto de Turismo Responsable). En este foro se reúnen todos aquellos destinos comprometidos con la sostenibilidad, invitados y observadores de interés para compartir experiencias e inquietudes, así como generar sinergias y abordar los grandes retos de futuro de cara a lograr un turismo más sostenible a nivel mundial.

En este mismo contexto de la sostenibilidad, miércoles 23, el regidor y vicepresidente segundo de Turisme de Barcelona, **Agustí Colom**, presentará el Compromiso por la

Sostenibilidad Turística de Barcelona, que busca la adhesión de las empresas a buenas prácticas sostenibles.

## **EMTDB**

FITUR representa una excelente plataforma para crear sinergias con los diferentes agentes de los sectores a la hora de continuar trabajando la nueva Estrategia de Marketing Turístico del Destino Barcelona (EMTDB), que ha finalizado la primera fase, correspondiendo a la participación. En clave territorial, la cooperación con organismos como la Diputació de Barcelona, la Agencia Catalana de Turismo y Turespaña y los múltiples encuentros que tendrán lugar a Madrid con diferentes agentes supondrá una oportunidad para incorporar su voz en el futuro plano de marketing del Destino.

Para más información: Lali Ferrando [lferrando@barcelonaturisme.com](mailto:lferrando@barcelonaturisme.com) 93368 97 00 / 646 467 715