

Primera sesión del Consejo General de Turisme de Barcelona del nuevo mandato

- » El Consejo General encarga al Comité Ejecutivo de Turisme de Barcelona la creación de un órgano consultivo que englobe todos los actores económicos y las diferentes sensibilidades de la acción turística
- » El Consorcio turístico cierra las cuentas generales 2018 con unos ingresos corrientes de 56,9M€, un 5% más del presupuesto inicial
- » El despliegue de la Estrategia de Marketing Turístico del Destino Barcelona, ampliar el perímetro territorial del destino, repensar medidas para mejorar las expectativas de los que nos visitan y administrar con más eficiencia su impacto sobre el destino centran las acciones futuras del Consorcio



El Consejo General de Turisme de Barcelona ha celebrado hoy en el Ayuntamiento de Barcelona su primera reunión con los nuevos miembros del mandato con una orden del día de trámite que ha tenido como principal punto el cierre de las cuentas del ejercicio 2018 en que se han podido expresar las primeras voces del nuevo curso político.

El Consejo General es la más alta representación de Turisme de Barcelona y está constituido por el alcalde o alcaldesa, que hoy ha delegado en el teniente de alcaldía de Economía, Trabajo, Competitividad y Hacienda del Ayuntamiento de Barcelona, **Jaume Collboni** pero que a la vez, por enfermedad, ha tenido que delegar en el regidor **Xavier Marcé**; el vicepresidente primero que es el presidente de la Cámara, **Joan Canadell**; el vicepresidente segundo que asume el regidor de Turismo e Industrias Creativas, **Xavier Marcé**; el vicepresidente tercero, **Jordi Clos**, en representación de la Fundación Barcelona Promoción además de 26 vocales designados por el Ayuntamiento (11), la Cámara (12) y la Fundación (3). asisten, con voz pero sin voto, el Director General, **Joan Torrella**, el Director gerente del área de Economía y Empresa del Ayuntamiento de Barcelona, y el Director Gerente de la Cámara Oficial.

Después de hacer un breve repaso de la evolución cronológica del Consorcio y de exponer el qué es y significa el Consorcio para el conjunto del Destino, se han puesto sobre la mesa los principales temas de la agenda más inmediata entre los cuales destaca la Estrategia de Marketing Turístico del Destino Barcelona (EMTDB) que ya ha finalizado la diagnosis y avanza hacia la nueva estrategia para dar paso al plan de marketing; la apuesta para consolidar y profundizar el marco territorial entre ciudad y entorno; la cultura como eje vertebrador de la propuesta de valor del Destino; la innovación y tecnología, y dar impulso a la economía del visitante. Todo ello para avanzar en la sostenibilidad del turismo y su interrelación con la ciudad y sus residentes.

El regidor de Turismo e Industrias Creativas del Ayuntamiento de Barcelona, **Xavier Marcé**, ha destacado que “hemos de trabajar a medio y largo plazo para ampliar los atractivos que la ciudad ofrece a nuestros visitantes, implicándolo más intensamente en propuestas de carácter cultural, deportivo y científico.” El regidor también ha expresado la necesidad de ampliar el perímetro territorial del turismo en Barcelona y su área metropolitana, a través de acuerdos con la Diputación. Marcé ha manifestado

la voluntad de modernizar las herramientas de gestión turística “para conseguir anticiparse a los flujos turísticos globales conduciendo nuestros visitantes para que se conviertan en el futuro en ciudadanos a tiempo parcial de la ciudad integrados plenamente en nuestro modelo de vida.”

El presidente de la Cámara y de Turisme de Barcelona, **Joan Canadell**, que ha hecho un balance positivo del verano y ha subrayado la necesidad de conseguir la máxima transversalidad del impacto del turismo en otros sectores, ha hecho hincapié en Barcelona como puerta de entrada de Cataluña para una mejor redistribución de los flujos turísticos, así como la necesidad de liderar sistemas de Big Data para promover un turismo más eficiente. Así mismo, Canadell ha recordado que desde la Cámara se ha planteado la creación de un observatorio que se querría poner en marcha en los próximos meses para estudiar los problemas de seguridad y elaborar estudios sobre el impacto de determinados fenómenos que afectan algunos sectores del tejido económico.

Las cuentas generales del 2018 se han cerrado y aprobado con unos ingresos de 56,9M€ que han supuesto un aumento del 5% respecto al presupuesto inicial y una generación de recursos propios que básicamente se ha diferenciado entre un primer semestre de signo negativo en cuanto a la intermediación a causa de la coyuntura del verano y otoño del 2017 y un segundo semestre con una recuperación importante del margen comercial. En total, el resultado presupuestario ha estado de +2.019.151,21€, una mejora respecto al ejercicio 2017 que había estado de -1,07M€ y que pasan a compensar fondos propios negativos que permiten avanzar hacia el equilibrio patrimonial.

De la actividad del Consorcio, se han presentado los principales indicadores de la Memoria 2018 de los cuales destaca el esfuerzo de reacción del Consorcio en una situación adversa con motivo de la coyuntura del primer semestre, el buen comportamiento de mercado de congresos y reuniones que, en este contexto, ha mantenido la posición de Barcelona en el top 5 ICCA, y que ha sumado un recuerdo histórico en pernoctaciones y una estancia media que se ha alargado y un último trimestre en el cual se han puesto las bases de una nueva estrategia de marketing del Destino con un cambio organizativo de acuerdo con una nueva lógica de marketing integrado con las comarcas de Barcelona a través de la Diputación de Barcelona. Más de 374 acciones, con presencia además de 75 mercados, 1.728 reuniones contabilizadas que han generado un impacto económico récord de congresos de

1.901M€, 1.463 periodistas atendidos, 354.363 usuarios en las redes sociales, 3,2M de visitas a la página web VisitBarcelona y casi 3 M de personas atendidas a través de los canales de atención al visitante son otros de los indicadores que se han destacado.

Creación de un consejo de carácter consultivo

En la reunión de hoy los nuevos miembros que conforman el Consejo han podido expresar sus reflexiones para un futuro que plantea importantes retos en el ámbito turístico y se ha reafirmado en la necesidad de actuar desde un organismo como Turisme de Barcelona, como referente, para dar una respuesta transversal que implique muchos más actores y permita una nueva mirada que vaya de la promoción turística a la gestión del turismo a la ciudad.

En este sentido, se ha acordado la necesidad de crear un órgano de carácter consultivo vinculado al Consejo General donde estén representados el máximo número de actores económicos y recoja todas las sensibilidades que conforman la realidad de la actividad turística. Y en este sentido, se ha encargado al Comité Ejecutivo que haga una propuesta para el próximo Consejo.

Para más información:

Lali Ferrando lferrando@barcelonaturisme.com T. 646 467 715