

Turisme de Barcelona llança un Pla d'accions en quatre fases per re-impulsar Barcelona i reactivar el turisme a nivell nacional i internacional

- **Arrenca la primera d'un total de 44 accions programades fins el desembre que permetran reactivar l'activitat econòmica i turística de la ciutat**
- **150 empreses de la ciutat s'alien amb Turisme de Barcelona amb propostes i activitats per promocionar la ciutat entre el públic local**
- **Turisme de Barcelona marca nova estratègia per prioritzar el turisme de qualitat i els perfils de viatgers que defineix la nova Estratègia de Màrqueting de la Destinació**
- **S'intensificarà l'acció cap els mercats emissors que ofereixen més retorn amb el sud-est asiàtic, Xina i EUA**
- **El Consorci impulsa el co-màrqueting i tanca acords amb diferents operadors turístics**

Barcelona, 19 de juny de 2020.- Turisme de Barcelona posa en marxa un extens Pla d'accions que s'allargarà fins el desembre, per reactivar l'activitat turística a la ciutat que s'ha vist fortament afectada per la crisi de la Covid-19. Es tracta d'un pla en diferents fases, que s'aniran executant a mesura que es vagi recuperant la confiança de

la demanda a partir del restabliment i normalització dels serveis i la oferta, i segons avanci el procés d'obertura de fronteres i la connectivitat aèria. Un Pla en quatre fases, que començarà amb el mercat local; continuarà pel nacional; europeu i de proximitat, i finalitzarà a final d'any amb diverses accions al sud-est asiàtic, Xina i EUA.

En total, 44 accions des d'ara fins al final d'any, 23 de les quals corresponents a turisme urbà, de lleure o vacacional, i 21 adreçades a reforçar el turisme de reunions, MICE, que tindrà com a eix central una campanya de promoció digital destinada a reforçar la marca Barcelona.

La **primera fase**, que arrencarà aquesta setmana i s'allargarà fins a setembre, té com objectiu **recuperar la confiança** a partir del consum local de Barcelona i la seva àrea metropolitana. Per això, 150 empreses del sector s'han aliat amb Turisme de Barcelona, per promocionar i re-impulsar la ciutat entre els ciutadans com a objectiu immediat. Fruit d'aquesta aliança, Turisme de Barcelona posa en marxa La campanya "Viu Barcelona" amb un **Marketplace**, una plataforma web a través de la qual es podrà accedir a més de 200 activitats i experiències, segmentades per temàtiques i tipus de producte, pensades perquè el ciutadà pugui gaudir de la seva ciutat i li permeti redescobrir en primera persona la destinació que es projecta al món. Des de visites guiades, enoturisme a un celler, activitats nàutiques, vols en globus aerostàtic, turs en bicicleta, sessions d'observació dels estels, rutes literàries i visites a museus, o degustacions i àpats amb música o en una terrassa son algunes de les propostes.



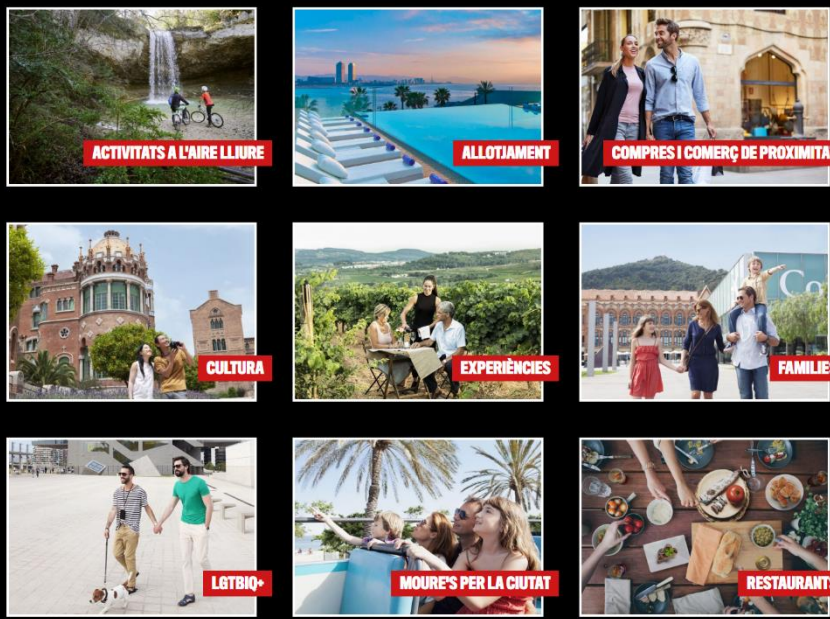
Marketplace pel mercat local i nacional

Aquest Marketplace es presenta com un aparador viu en el qual s'aniran incorporant les experiències i serveis que poc a poc es vagin sumant a la oferta turística de la ciutat.

Una manera de contribuir a la recuperació de la ciutat vivint la destinació turística que desperta tant l'interès de milers de persones vingudes d'arreu del món. El fet que una sola plataforma aglutini tota la informació, on es pugui conèixer tota la oferta disponible de manera fàcil i accessible és un aspecte molt valorat pels visitants. Per accedir al Marketplace cal adreçar-se a la pàgina web visitbarcelona.com/marketplace o bé accedir-hi des de maiensaturem.barcelona de l'Ajuntament de Barcelona.

QUÈ S'INCLOU

Més de 150 activitats, productes i experiències a l'aire lliure, d'allotjament, compres i comerç de proximitat, culturals, familiars, restaurants, de mobilitat i LGTBIQ+ friendly. Reserveu la que més us agradi!



- ACTIVITATS A L'AIRE LLIURE
- ALLOTJAMENT
- COMPRES I COMERÇ DE PROXIMITAT
- CULTURA
- EXPERIÈNCIES
- FAMÍLIES
- LGTBIQ+
- MOURE'S PER LA CIUTAT
- RESTAURANTS



Una altra manera d'accedir a tota la oferta del Marketplace, per consultar la oferta i poder gestionar fàcilment les reserves d'aquest Marketplace serà a través de l'App **CityTrips** per descarregar-se en els dispositius mòbils, que Turisme de Barcelona ha promogut gràcies a un acord amb el RACC. La **City Trips** permetrà consultar tota la oferta des dels dispositius mòbil tant de productes del Marketplace com de sistemes de transport sostenibles, amb la possibilitat d'adquirir i realitzar les reserves dels

productes i experiències. L'acord té la doble virtut de concentrar la oferta turística i facilitar alhora la mobilitat sostenible dels visitants per l'interior de la ciutat durant tota la seva estada. Segons les primeres dades dels cercadors, els primers visitants vindran procedents del territori nacional i es desplaçaran en transport terrestre privat o col·lectiu.

D'aquesta manera, Turisme de Barcelona i el RACC posen a disposició dels ciutadans i visitants una **eina digital** que facilita la mobilitat sostenible i alhora presenta de manera concentrada tota la oferta de **productes i experiències de la ciutat als residents**, segmentada per diferents temàtiques.

Aquest Marketplace, i la seva App, es presenta en quatre idiomes (català, castellà, francès i anglès) i en funció del seu èxit i de com evolucioni tindrà continuïtat més enllà del setembre.

Mercats domèstic i de proximitat

En la **segona fase** que s'iniciarà a mitjans de juliol es llançarà una **campanya de comunicació** que s'allargarà fins a final d'any per enfortir la imatge de Barcelona mostrant una ciutat ja activa i en recuperació que generi confiança i seguretat posant en valor els atributs més significatius com son la cultura, la gastronomia, el comerç i la Barcelona innovadora, diversa, singular i amb personalitat pròpia. Es tracta de promoure, en un primer moment, les visites del **mercat domèstic** i de proximitat fomentant l'accés a la destinació per **vies terrestres** i segmentant i diversificant l'oferta per tal de fer-la **atractiva** pels mercats potencials. Serà una campanya genèrica,

essencialment digital, que es difondrà a través de les plataformes digitals més importants, i que començarà a nivell nacional però que a mesura que els mercats es vagin obrint arribarà als mercats de proximitat europeus i posteriorment mercats llunyans.

Impuls al co-màrqueting entre ciutats i operadors

En aquesta campanya s'impulsaran acords de co-màrqueting amb altres ciutats de l'estat i amb operadors com Renfe o Vueling i, es potenciarà la col·laboració de les empreses de transport atès que el 71,3% dels visitants reserven el transport principal d'arribada directament amb la companyia. **Renfe** actuarà com a *partner* en les accions de promoció de Turisme de Barcelona generant difusió de Barcelona a la seva web (amb més de 500.000 visites diàries) i amb presència a diferents espais i suports de comunicació en estacions i interior dels combois.

Acord Red de Ciudades AVE Barcelona-Sevilla

D'acord amb la Red de Ciudades AVE i en el marc de la seva campanya “yo viajo porque me toca”, Turisme de Barcelona i Turisme de Sevilla han signat un acord per tal de fer una extensió d'aquesta campanya al mercat francès, coincidint amb l'anunci de l'obertura de fronteres i del període de màximes reserves del mercat francès.



L'objectiu d'aquest acord de col·laboració es promocionar Barcelona y Sevilla al mercat francès. Barcelona com a porta d'entrada de turistes a Espanya, captant visitants que des de París o des de llocs de proximitat a la capital francesa vulguin venir a passar uns dies a Barcelona i Sevilla, un binomi atractiu atesa la riquesa turística i cultural d'ambdues ciutats. El mercat francès és el 4rt en arribades a Barcelona després d'Espanya, EUA i Regne Unit amb 727.617 visitants (2019). Un 10% dels visitants arriben en tren amb una mitjana d'edat de 35,5 anys mentre que més del 50% tenen menys de 34 anys.

Mercat Europeu

La **tercera fase** arrencarà a finals d'agost principis de setembre i s'adreçarà als mercats madurs europeus que signifiquen un 41% de la quota de mercat de Barcelona sense comptar el mercat espanyol. Son mercats que tradicionalment visiten

Espanya	17,1%
França	7,7%
Itàlia	6,2%
Alemanya	5,5%
Regne Unit	8,1%
Bèlgica	1,5%
Països Baixos	2,3%
Rússia	2,1%
Estats Units	11,6%

Barcelona i en un moment en què es preveu que s'hagi normalitzat la mobilitat entre els països de l'espai *Shengen* tornaran a viatjar: Regne Unit (8,1%), França (7,7%), Alemanya (5,5%), Holanda (2,3%), Itàlia (6,2%), Països Nòrdics (2,6%) i Suïssa (6,1%).

En aquesta fase més internacional, el Marketplace, en quatre idiomes, ampliarà oferta de productes pensant en l'interès d'aquest tipus de visitant.

Es preveu que la situació permeti una nova arrencada dels **esdeveniments a nivell europeu**, i es reactivi la Destinació tant pel turisme urbà com pel desenvolupament d'esdeveniments connectats a segments estratègics que deixin un **llegat** rellevant a la ciutat (indústries creatives, tecnologia, ciència, universitats, ...).

El setembre s'inicia l'activitat congressual i firal. Dos esdeveniments en el segment de reunions i congressos arriben a Barcelona de la mà de Turisme de Barcelona: el Summit ETOA previst pel 30 de setembre portarà a Barcelona més de 200 representants de Tur-operadors europeus per participar en una jornada que consistirà amb un *workshop* amb els representants de les diferents organitzacions de màrqueting i promoció de les ciutats (DMC) i un *fam trip* de la ciutat.

També tindrà lloc el 3er Summit LGTBI en el marc de l'estratègia de consolidar la ciutat com una destinació preferent per aquest col·lectiu. Una trobada organitzada conjuntament amb la ITB Academy de Berlin que se celebrarà a l'octubre en un format combinat virtual-presencial amb el propòsit de proporcionar informació i coneixement a les empreses del sector sobre aquest tipus de viatgers. Per aquestencontre s'esperen 250 participants tant d'empreses turístiques especialitzades en el segment LGTBI així com mitjans especialitzats i entitats com la IGLTA.

Espanya	64,36 €
França	72,70 €
Itàlia	67,57 €
Alemanya	76,18 €
Regne Unit	79,49 €
Bèlgica	77,38 €
Països Baixos	99,04 €
Rússia	80,36 €
Estats Units	95,22 €
Mitjana Total	82,32 €

Mercat Internacional: sud-est asiàtic, Xina i EUA

Als voltants d'octubre-novembre, Turisme de Barcelona, amb la col·laboració del sector privat, llançarà una **campanya de màrqueting** que tindrà el focus posat en el sud-est asiàtic (0,6% de quota) i Xina (0,8%), mercats amb un gran potencial de viatge, amb economies en expansió i amb Singapur al capdavant, (any Nou Xinès febrer 2021).

A final d'any el Consorci portarà a terme diverses accions per el mercat nord-americà (11,7% de quota de mercat i una despesa mitjana diària superior a la mitjana amb 92,2€

Font: Observatori del Turisme a Barcelona: ciutat i diaris) amb una acció amb Virtuoso, la xarxa americana d'agències de viatges de luxe i diferents iniciatives amb altres actors estratègics com American Airlines.

Al novembre Turisme de Barcelona viatjarà a Londres per participar a la World Travel Market i prendre el pols del sector alhora que permetrà obrir relacions i establir nous acords amb diferents organitzacions i operadors dels mercats.

Igualment, en aquesta fase s'iniciarà el procediment d'anàlisi de les accions a desenvolupar el 2021 per promoure el **re-posicionament de Barcelona** en el mapa **internacional**, tot consolidant les etapes anteriors. **Turisme de Barcelona** inicia una etapa amb una nova organització que vol reforçar i millorar els serveis als seus membres i a la ciutat desenvolupant la seva **missió** amb les eines adequades, com ara l'Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona, nous projectes d'innovació, la incorporació de nous *partners* i l'Observatori del Turisme a Barcelona (OTB), entre altres.

Turisme de reunions

El Barcelona Convention Bureau (BCB) ha continuat mantenint l'activitat amb diferents trobades virtuals amb representants d'associacions mèdiques i científiques per a fidelitzar la relació i proposar Barcelona per a futurs congressos. Gràcies a aquesta activitat s'han pogut confirmar alguns congressos per els propers anys com: el IADR Meeting al CCIB el 2025 amb més de 5000 delegats; el Bio-Europe Spring, el 2021 al

CCIB amb 2.500 persones; un congrés mèdic el 2023 i un congrés sobre ciclisme el 2021.

A partir de l'octubre el BCB s'aproparà a diferents mercats europeus rellevants per el sector MICE com l'alemany, el Regne Unit i França i assistirà al Association World Congress que se celebrarà a Estoril del 7 al 9 de desembre amb un estand promoció conjunt amb Fira i el CCIB des del qual mantindrà una intensa agenda de reunions individuals i de participar a esdeveniments de Networking i de formació.

El Pla d'Accions del BCB, que manté obertes 130 candidatures per a congressos els propers anys, consta d'un total de 21 accions des d'ara fins a final d'any i té com a principal cita la IBTM World de Barcelona, a principis de desembre una de es tres fires més rellevants de turisme MICE a nivell mundial, i que serà el primer esdeveniment important del sector post-crisi. El BCB tindrà un estand important que comptarà amb la participació de 50 membres, i a on es faran múltiples presentacions i reunions individuals amb clients rellevants. Durant els dies de la Fira s'organitzaran diversos esdeveniments de Networking i s'organitzaran *fam trips* així com visites especialitzades per a visitants i clients potencials.

Per a més informació: Lali Ferrando lferrando@barcelonaturisme.com