

L'impuls del turisme a Barcelona



El 24 de maig es va inaugurar la nova seu del consorci de turisme de Barcelona. En el moderníssim edifici del número 149-156 del carrer de Tarragona,

membres del món polític i econòmic brindaven per la nova entitat amb l'eufòria de les excel·lents perspectives turístiques que s'auguren per aquest estiu.

Tot va començar després dels Jocs Olímpics: Barcelona es va despertar amb més places hoteleres i nous atractius. El 1992 la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació i l'Ajuntament de Barcelona van arribar a un acord històric de col·laboració, per concentrar esforços davant els nous reptes turístics. El 8 de setembre de 1993 van signar aquesta aliança Antoni Negre, president de la Cambra de Comerç, i Pasqual Maragall, alcalde de Barcelona. El nou ens es va constituir sota el nom de Turisme de Barcelona, amb un 45% de participació de la Cambra, un 45% de l'Ajuntament i un 10% de la Fundació per a la Promoció Internacional de Barcelona, organisme que depèn de la Cambra.

Turisme de Barcelona té una enorme importància en la promoció turística de la ciutat, perquè suposa una acció coordinada de totes les empreses i institucions públiques i privades concentrades a potenciar al màxim el conjunt d'iniciatives que ajudin a fer de Barcelona un centre turístic que no deixi escapar cap recurs. Per fer més efectiva aquesta tasca, el Consorci ha buscat convenis de col·laboració amb empreses de transport i organismes de promoció turística catalans i espanyols. Els primers acords s'han signat amb Turespaña, el Consorci de Promoció Turística de Catalunya, Iberia i Aviaco. I això només és el començament.

Un ventall de possibilitats. El Consorci de Turisme ha començat a funcionar a ple rendiment des del mes de gener d'enguany. La principal prioritat ha estat posar en marxa els productes i els programes turístics plantejats en el Pla Estratègic de Turisme de Barcelona. La feina s'encamina essencialment a la creació d'un ventall de productes turístics que abasti tots els àmbits i tots els públics: tant promoure una oferta comercial atractiva o afavorir les tro-

La setmana passada es va inaugurar el consorci Barcelona Turisme. Aquest organisme significa una col·laboració decisiva entre l'Ajuntament de Barcelona i el sector privat que representa la Cambra del Comerç, Indústria i Navegació. L'objectiu és sumar esforços per fer de Barcelona un punt de mira turístic a nivell nacional i internacional per a tots els públics.

bades de negocis com augmentar la infraestructura d'atenció al turista, passant per la creació de circuits turístics específics per a grups d'edats.

Les primeres activitats han anat dirigides a la promoció externa de Barcelona. L'objectiu ha estat tenir presència a les fires i als *work-shops* internacionals més importants, contactar amb publicacions especialitzades i donar a conèixer Barcelona a tot arreu. Fora de l'àmbit estrictament turístic, en algunes de les publicacions més prestigioses d'Europa, com *Le Nouvel Observateur*, *Geo*, *L'Expresso* o el *Time*, ben aviat apareixerà una campanya de publicitat del Consorci. La mediterraneïtat, l'art, l'economia i el comerç faran de reclam de Barcelona amb frases tan suggerents com "A Barcelona, les ones del Mediterrani arriben fins al centre de la ciutat". O bé: "Mai no convé barrejar els negocis amb el plaer, fora que siguis a Barcelona". I és que les dues terceres parts de les persones que visiten Barcelona ho fan per qüestió de negocis. Per això, un objectiu del Consorci és promoure Barcelona com a seu d'organismes públics i privats, i oferir la ciutat per celebrar-hi convencions i congressos. Però Turisme Barcelona creu que no tot han de ser afers seriosos, i per això treballen perquè els executius gaudeixin de l'oferta cultural i comercial de la ciutat, i que després tinguin present la ciutat per tornar-hi de vacances amb la família.

Barcelona: recomanada per a totes les edats. Però hi ha altres sectors que viatgen tot l'any. Per exemple els estudiants, que sovint fan excursions o sortides però que no sempre pensen en Barcelona. Per què no? El turisme escolar es pot fer durant tot el curs, en programes que combinin el vessant pedagògic i el lúdic. Això proposa el Consorci en programes com Barcelona Aula Oberta, destinat a escoles d'arreu de l'estat espanyol, o les que ha preparat en col·laboració amb Renfe, l'Àrea d'Educació i Barcelone Guide Bureau. També la gent gran té tot el temps del món per viatjar. Per a ells hi ha programes específics, incentivats amb l'oferta cultural: teatre, exposicions o visites, tot combinat amb nits d'hotel concertades.

Uns altres viatgers són els universitaris: per això es treballa per a crear productes que combinin l'activitat acadèmica i el turisme de manera atractiva, a més de facilitar i potenciar les vi-



sites d'estudiants i professors de fora de Barcelona.

L'any 1990, els diners que gastaven els visitants en compres diverses i oci arribava al 16% de la despesa total que feien a Barcelona. El 1993, no superava el 8%. Unes dades poc esperançadores que no espanten gens ni mica Turisme de Barcelona, que concentra els seus esforços a potenciar i rendibilitzar l'oferta comercial de la ciutat.

No solament el turisme tradicional és possible. La infraestructura i els esdeveniments culturals, esportius i lúdics són un bon atractiu per als visitants, després del precedent olímpic. Però fins i tot la infraestructura sanitària pot ser un reclam per a gent de fora de Barcelona, i per això es prepara un programa per atreure persones que vulguin sotmetre's a cures i alhora fruit de l'oferta turística.

Segons informacions facilitades per Turisme de Barcelona (que ja disposa d'un banc de dades molt important i actualitzat), la majoria de visitants no passen a Barcelona més d'una nit. Això fa que l'oferta hotelera s'hagi d'adaptar a la situació i promoure el màxim nombre d'estades. Amb aquest objectiu es treballa en ofertes de cap de setmana per a turisme individual. Aquestes ofertes consisteixen en preus avantatjosos que inclouen un ampli ventall d'activitats com descomptes a museus, entrades per a espectacles, visites... Per exemple, està previst oferir un programa de cap de setmana que inclogui la visita a l'exposició de pintura del cercle del Liceu, fruit de l'acord entre Turisme de Barcelona i l'Associació Barcelona Turística.

Antoni Negre i Joan Gaspart, acompanyats per les autoritats. El president de la Cambra de Comerç i l'empresari hotelier van inaugurar els nous locals de Turisme de Barcelona.

També hi ha projectes conjunts amb El Corte Inglés per confeccionar un ambiciós producte de cap de setmana.

Per la Cambra la informació és clau.

Per la Cambra de Comerç de Barcelona el servei d'informació és un element cabdal per a l'atenció dels visitants a la ciutat. Es per això que Turisme de Barcelona té previst d'utilitzar tots els mitjans: publicacions, telèfons, informàtica, informadors. En concret, està prevista la publicació de butlletins, guies i fullets: un calendari d'activitats que s'enviarà a les oficines espanyoles de turisme a l'estranger i a les oficines de turisme a Catalunya, en castellà i anglès i guies de serveis en diversos idiomes. També es continuarà la tasca d'informació en les oficines d'informació permanents, a l'Estació de Sants i al Palau de Congressos. Com els últims anys, a l'Ajuntament de Barcelona i a l'Estació de França es posarà en marxa un servei durant els mesos d'estiu. I també de juny a setembre es tornaran a posar en marxa cabines mòbils i Casques Vermelles (parelles d'informadors itinerants, escollits entre estudiants de Turisme en pràctiques). I per arrodonir el servei, s'instal·larà una línia telefònica per a consultes sobre temes d'interès turístic.

Tot un ventall d'activitats que facilitaran que Barcelona es consolidi com un centre turístic complet, per a gent de totes les edats, per a interessos de tota mena. I al capdavant d'aquest moviment, el Consorci de Turisme de Barcelona, impulsat per la Cambra de Barcelona.

Agnès Rotger