

PLA D'ACTIVITATS DE L'AGÈNCIA MARCA BARCELONA

Amb la creació de l'Agència Marca Barcelona l'Ajuntament de Barcelona incorpora un nou instrument que sota la forma jurídica d'un Consorci permetrà alinear els principals actors empresarials i sectorials que per la seva pròpia naturalesa i activitat fan promoció de la marca Barcelona en els seus àmbits d'influència.

Així mateix serà l'espai de reflexió conjunta i de compartir estratègies en posicionament internacional de la marca Barcelona al servei del creixement econòmic i empresarial.

L'Agència és una entitat de dret públic de caràcter associatiu, amb un àmbit d'actuació marcat per la ciutat de Barcelona i la seva zona d'influència metropolitana, i que pretén sumar, a través dels diferents òrgans de govern, tots els actors que comparteixin l'objectiu de la mateixa.

En aquest sentit, l'objecte de la mateixa és:

- a) El posicionament internacional de la marca Barcelona en clau econòmica i empresarial.
- b) Alinear i establir sinèrgies entre els diferents agents públics i privats que promouen la marca Barcelona a través de la seva activitat, per a que duguin a terme l'execució de l'estratègia proposada.

Tal i com queda reflexat a l'article 5è dels estatuts de l'Agència, aquesta ajustarà la seva actuació a un programa d'activitats de caràcter plurianual dissenyat pel Consell d'Administració i aprovat pel Consell General.

Per tant és aquest òrgan de govern el que haurà de desenvolupar una proposta de programa d'activitats que vaguin alineats a aconseguir l'objecte de l'Agència Marca Barcelona.

Aquest programa d'activitats es fonamentarà en:

- Alinear, coordinar, organitzar i impulsar totes aquelles activitats de promoció de la marca Barcelona com a centre de referència dels negocis i les empreses a dur a terme pels diferents agents públics i privats que promouen la marca Barcelona a través de la seva activitat.
- Activitats encaminades al disseny, desenvolupament, impuls i coordinació estratègica de la marca Barcelona.
En aquest àmbit es pot impulsar una treball de recerca sobre les millors pràctiques en matèria de gestió de marques de ciutat i el seu posicionament com a entorns business friendly.
- Donar suport i facilitar la coordinació i l'establiment de sinèrgies entre els diferents agents públics i privats interessats en participar d'alguna manera en la consecució de l'objecte i finalitats de l'Agència.
Tant pel que respecta a aquest punt com a l'anterior es pot impulsar una treball de recerca sobre les millors pràctiques en matèria de gestió de marques de ciutat i el seu posicionament com a entorns business friendly.
- Promoure la recerca, informació, difusió, assessorament, col·laboració i cooperació en estudis i activitats relacionades amb els interessos públics i privats presents en la marca "Barcelona" o amb l'objecte i finalitats de l'Agència.