

PLA DE VIABILITAT ECONÒMICA DE L'AGÈNCIA MARCA BARCELONA

L'Agència Marca Barcelona és un consorci de caràcter local constituït, de forma voluntària i d'acord amb la normativa vigent d'aplicació, per l'Ajuntament de Barcelona i la Fira Internacional de Barcelona per a l'acompliment de l'objecte i finalitats assenyalades als seus Estatuts.

Aquest és un instrument per tant de gestió de la marca des d'un enfocament econòmic i empresarial però en cap cas com un nou instrument de promoció de la mateixa. Aquesta és una funció que correspon als diferents actors que ja existeixen a la ciutat, entre els quals estan els que formen part dels òrgans de govern de l'Agència.

És per aquest motiu que el pressupost de l'Agència està molt limitat a les despeses de personal i de funcionament ordinari de la mateixa.

Els ingressos que han de permetre l'equilibri econòmic-financer estan garantits i vindran aportats per les entitats consorciades, és a dir l'Ajuntament de Barcelona i Fira Internacional de Barcelona. Les aportacions de les entitats consorciades podran ser en espècies en el supòsit que el personal que acabi prestant el seu servei a l'Agència surti de la pròpia estructura de les entitats consorciades.

	X	X + 1
INGRESSOS		
aportacions ens consorciats	200.000 €	200.000 €
DESPESES		
despeses de personal i funcionament	200.000 €	200.000 €

Per desenvolupar el seu pla d'activitats es preveu que es puguin portar a terme de les diferents plataformes i institucions que formen part dels òrgans de govern de la mateixa, o d'altres institucions que tinguin interès, coneixement i capacitat per desenvolupar-les.

El pressupost de l'Agència per tant es limitarà a les despeses estructurals de personal i funcionament ordinari. El finançament de les activitats a desenvolupar i que hauran de formar part del Pla d'activitats s'hauran d'executar a través de les diferents institucions que formen part dels òrgans de govern de la mateixa, i en cap cas sortiran del pressupost de la mateixa Agència.