

Consell de  
Ciutat

Entre la Ciutadania i el Govern

**COMISSIÓ DE TREBALL PER AL PLA ESTRATÈGIC DE TURISME  
DE LA CIUTAT DE BARCELONA**

**ANNEX**

**TEMES TRACTATS EN LA 1a SESSIÓ DEL 08/10/2009**

## **Comentaris sobre les reflexions dels grups de treball que es van crear en la fase de diagnòstic del Pla Estratègic de Turisme:**

*Comentaris realitzats pels membres de la Comissió de Turisme del Consell de Ciutat que van estar presents en alguns dels grups de treball*

<b>COMERÇ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ El turista no visita Barcelona especialment pel comerç, però aprofita per comprar quan va a llocs atractius.</li><li>❖ És important diversificar i expandir la zona comercial a altres zones i eixos de Barcelona (invertint en idiomes, etc.). Cal reforçar la marca «Barcelona».</li><li>❖ No sabem definir què significa «ser turista». També cal tenir en compte els estudiants Erasmus, els investigadors, etc. No sols es pot parlar de turisme en sentit negatiu.</li><li>❖ El turisme ha impulsat el motor de l'economia, i cal tenir en compte que es basa en elements fràgils.</li></ul>
<b>RESTAURACIÓ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Han penetrat a la ciutat moltes cuines estrangeres, i hi ha força persones immigrades que treballen als bars.</li><li>❖ Cal reforçar la cuina mediterrània d'identitat pròpia, i parlar de les condicions deficientes de treball i d'higiene que sovint es troben en l'àmbit de la restauració.</li></ul>
<b>BARCELONA, CAPITAL DE CATALUNYA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Tradicionalment, Catalunya ha estat coneguda per la Costa Brava i la Costa Daurada. Actualment, Barcelona ha passat a ser un focus rellevant de l'activitat turística.</li><li>❖ A Catalunya les distàncies són curtes; es pot complementar l'oferta de Barcelona, trencant estereotips i buscant sinèrgies (per exemple, amb: Port Aventura, aeroport Ryanair de Girona, etc.). Els beneficis són mutus entre Barcelona i arreu de Catalunya.</li><li>❖ A Barcelona cal incentivar la repetició del turisme a la ciutat (donant més joc, per exemple, a través del modernisme i altres temes i llocs propers).</li></ul>
<b>LA BARCELONA DELS DISTRICTES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Les realitats turístiques són diverses en els diferents districtes de la ciutat. Si bé a Ciutat Vella hi ha un excés de turisme, a l'Eixample està equilibrat, i a Sants, les Corts, Gràcia i Sant Martí està polaritzat, mentre que a Sarrià, Horta, Sant Andreu i Nou Barris és escàs, per la qual cosa s'ha de potenciar.</li><li>❖ Per un costat, hi ha una concentració excessiva de turisme en els espais o monuments que són icones de la ciutat. A més a més, hi ha una imatge d'excés de tolerància amb el turisme, que també transmeten els mitjans de comunicació.</li><li>❖ Per un altre costat, Barcelona té una imatge positiva, i s'ha fidelitzat l'activitat turística.</li></ul>
<b>ÀREES I ICONES TURÍSTIQUES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ El turisme es concentra en les icones turístiques. Així, per exemple, n'hi ha molt a la Sagrada Família, mentre que el seu entorn està poc preparat. Caldria potenciar el turisme en altres àrees, com ara l'Hospital de Sant Pau. Volem un turisme de qualitat?</li></ul>

**ENTORN  
METROPOLITÀ**

- ❖ Cal remarcar la importància que ha de tenir la qualitat del treball i dels serveis en l'àmbit del turisme.
- ❖ Són importants els trets definitoris de la ciutat; cal parlar de la personalitat de la ciutat.
- ❖ S'ha de treballar amb la Barcelona real, incorporant l'entorn metropolità i el turisme supramunicipal, i no sols Barcelona ciutat. Per això és important el transport i la coordinació. Si es treballa en aquesta línia, el turisme incidirà en el PIB i en la creació de més llocs de treball.

**Temes i comentaris rellevants amb relació al turisme per tal de debatre'ls en les properes sessions**

*Temes i comentaris expressats pels membres de la Comissió de Turisme del Consell de Ciutat.*

<b>INCIVISME</b>	❖ Cal tractar el tema de l'incivisme i la imatge que genera de la ciutat.
<b>SITUACIÓ DELICADA A CIUTAT VELLA</b>	<p>❖ S'ha produït un «tsunami» de turisme, especialment a Ciutat Vella i a la seva artèria principal, la Rambla, on la ciutadania pateix el turisme. Els barcelonins i barcelonines han perdut drets per accedir a l'espai públic.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Barcelona és un imán per al turisme: acull turisme d'èlit amb un poder adquisitiu elevat... i altres tipus de turisme.</li> <li>○ A Ciutat Vella hi ha molta tensió; s'hi han instal·lat grups de pressió i comunitats que generen conflictes i tenen problemes entre ells. Hi ha fragilitat en el cor de la ciutat, i a Internet estan sorgint comentaris negatius sobre Barcelona que tothom pot llegir.</li> </ul> <p>❖ S'ha de lluitar per recuperar Ciutat Vella per a la ciutadania i veure com canviar la tendència i frenar el tipus de turisme que hi va.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ S'ha de diversificar el turisme a Barcelona i aconseguir que sigui de major qualitat.</li> <li>○ Caldrien «intermediaris» que parlessin el mateix «idioma» i amb els mateixos «codis», per tal de posar-se d'acord amb els interlocutors i agents clau.</li> <li>○ Les conductes delinqüencials han de ser tractades per la policia, i cal tenir en compte que les solucions no només poden provenir de l'Administració.</li> </ul>
<b>IMPOST TURÍSTIC</b>	❖ Cal parlar de l'impost turístic (exemple: Niça i l'impost d'1,20 euros al dia).
<b>CONVIVÈNCIA I QUOTIDIANITAT</b>	❖ Un tema clau és com conviure quotidianament, dia a dia, amb el turisme a la ciutat. Per això és molt important el Consell: per aportar la visió de gent compromesa amb la ciutat.
<b>COMPTE AMB NO BARREJAR TURISME AMB ESTRANGERS QUE S'INSTAL·LEN A LA CIUTAT</b>	<p>❖ Sempre hi ha hagut un enfrontament i un conflicte entre els locals i els forans, entre l'identitat i l'alteritat. Ens trobem en la cultura del mestissatge (els turistes són espanyols, catalans, europeus...).</p> <p>❖ Cal generar un debat i posicionar-se a favor o en contra del cosmopolitisme? Fins a on estem disposats a acceptar coses estranyes? Caldrà separar els temes i analitzar-los.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Per exemple, els ERASMUS són molt bons ambaixadors de Barcelona: la UB cada vegada més intenta aprofitar el «turisme universitari»; la mobilitat és important (és la universitat europea amb més estudiants Erasmus, i no n'envia tants a fora).</li> </ul>
<b>PARLAR D'ACTIVITATS TURÍSTIQUES MÉS QUE DE SISTEMA TURÍSTIC</b>	❖ El turisme és transversal; cal substituir el terme «sistema turístic» per «activitats turístiques», que són diverses.

<b>MODEL TURÍSTIC I MODEL DE CIUTAT</b>	❖ El model turístic de la ciutat ha de ser coherent amb el model de ciutat.
<b>FRAGILITAT DE LA CIUTAT</b>	❖ Fragilitat de la ciutat davant una cultura destructiva (Barcelona, Patrimoni de la Humanitat?)
<b>BARCELONA ACCESSIBLE: PERSONES AMB DISCAPACITAT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Barcelona com a model de ciutat és un referent en l'àmbit de l'accessibilitat i les persones amb discapacitat (exemple: el 100 % dels autobusos estan adaptats).</li> <li>❖ Cal promocionar el turisme en aquest sentit, pensant en els clients potencials, com ara les persones grans.</li> </ul>

\* En la fase de diagnosi del Pla Estratègic de Turisme també es van constituir les Comissions següents: ALLOTJAMENT, INTERMEDIACIÓ, TURISME I CULTURA, TURISME I NEGOCIS, TURISME A CIUTAT VELLA. Es pot consultar la informació relativa a totes les Comissions en el document *Comissions de Treball. Fase de Diagnosi*, d'abril i maig del 2009.