

CONTRACTE-PROGRAMA ENTRE EL CONSORCI DE TURISME DE BARCELONA I ELS ENS CONSORCIATS PER L'ANY 1996

La creació del Consorci Turisme de Barcelona és el resultat de la col.laboració estreta i continuada entre l'Ajuntament de Barcelona a través del seu Patronat Municipal de Turisme, i de la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, iniciada l'any 1989 amb el Pla de Markèting Turístic de Barcelona, i que va ser realitzat per encàrrec de les dues institucions amb l'objectiu de situar Barcelona al capdavant de les ciutats europees receptores de turisme.

Posteriorment, en el mes de setembre de 1993, l'Ajuntament i la Cambra de Comerç, més la Fundació Barcelona Promoció Internacional, van crear el Consorci Turisme de Barcelona, el qual va iniciar les seves activitats el gener de 1994. Des de la seva creació, el funcionament de Turisme de Barcelona s'ha emmarcat en les disposicions que contenia el Contracte-Programa entre el Consorci Turisme de Barcelona i els Ens Consorciats pels anys 1993, 1994 i 1995, que van aprovar les respectives institucions, així com per les línies mestres contingudes al Pla Estratègic de Turisme de Barcelona d'abril de 1993.

L'activitat de Turisme de Barcelona per l'any 1996 vindrà determinada per les següents directrius:

1. L'activitat general de Turisme de Barcelona i les seves accions de promoció específica s'atendran als objectius i accions relacionats al Pla d'Empresa 1995-1996 de Turisme de Barcelona, aprovats pel Consell General d'aquesta entitat el 20 de desembre de 1994.

Així mateix, com a elements estratègics del pla de treball del Consorci, aquest tindrà en compte el Programa d'Acció Municipal presentat pel Consell Plenari de l'Ajuntament de Barcelona el dia 22 de desembre de 1995, el qual s'adjunta com Annex-1 al present Contracte-programa en la part que interessa a Turisme.

D'altra banda, ateses les competències legals en el sector turístic de l'Ajuntament de Barcelona en el camp de l'atenció als visitants, aquesta Corporació encarrega a Turisme de Barcelona la gestió dels serveis d'acollida i informació als visitants: Oficina de Barcelona-Sants, Oficina del Palau de Congressos, Oficines Mòbils, nova Oficina d'Informació Turística de Barcelona de la Plaça de Catalunya (segons Conveni de 24 de febrer de 1995), i altres serveis d'informació.

Així mateix, com en exercicis anteriors, el Consorci també seguirà fent la gestió del Monument de Cristòfor Colom.

2. En l'any 1996, les entitats consorciades preveuran, i faran efectiva, en el pressupost de Turisme de Barcelona una aportació global per al Consorci de 380 milions de pessetes, distribuïda de la següent manera:

- | | |
|--|-------------|
| a) Ajuntament de Barcelona: | 190 milions |
| b) Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona: | 180 milions |
| c) Fundació per la Promoció Internacional de Barcelona: | 10 milions |

3. El pressupost de Turisme de Barcelona per a 1996 i, en general, els estats financers per l'esmentat exercici seran els que aprovin els òrgans de govern d'aquesta entitat. Atenent a les aportacions exposades a l'apartat anterior, així com a l'activitat que ha vingut desenvolupant Turisme de Barcelona aquests darrers anys, s'adjunta a continuació com Annex 2 el pressupost d'ingressos i despeses per a Turisme de Barcelona corresponent a l'exercici de 1996 aprovat pels seus òrgans de govern.

4. El Consell General del Consorci es compromet a presentar a final de l'exercici el compte de pèrdues i guanys de que, com a mínim, es derivi un resultat zero, incloses amortitzacions, provisions i ajustaments per periodificació, adequant la seva activitat als ingressos que obtingui, tant els relacionats en l'apartat número 3, com altres que pugui preveure i efectivament realitzar.

5. El Comitè Executiu de Turisme de Barcelona es compromet a mantenir els mecanismes establerts per a que el Consorci realitzi una comptabilitat analítica per programes i àrees d'activitat, encarregant una auditoria independent dels seus estats financers anuals formats per balanç de situació, comptes de pèrdues i guanys, estat d'origen i aplicació de fons, memòria de l'exercici, amb les notes explicatives dels epígrafs dels estats fins aquí esmentats, i informe de gestió, que serà tramès al Consell General del Consorci per a la seva aprovació i, amb posterioritat, als òrgans competents dels diversos Ens Consorciats pel seu coneixement.

6. El contingut d'aquest Contracte-programa quedarà automàticament prorrogat per anys següents, a no ser que es denunciï per escrit per alguna de les parts contractants amb una antel.lació mínima de 15 dies abans del 31 de desembre de cada any.



Ajuntament de Barcelona. Resum del Programa d'Acció Municipal 1996-1999 (contingut als capítols de la Comissió d'Ocupació i Promoció Econòmica i de la Comissió de Comerç, Consum i Turisme)

Barcelona, com a fruit del projecte olímpic, s'ha convertit en els últims anys en una de les ciutats europees més interessants per al sector turístic.

A hores d'ara, cal desenvolupar pels propers anys quatre grans línies de treball fonamentals:

1- Posicionar la ciutat en els mercats emissors

La ciutat s'ha dotat d'una gran eina de treball, fruit de la cooperació entre el sector públic i el privat, com és el consorci Turisme de Barcelona constituït per l'Ajuntament de Barcelona, La Cambra de Comerç i la Fundació Promoció Internacional de Barcelona. En aquest sentit, l'Ajuntament s'ha de fixar com a principals objectius:

- La consolidació d'aquest organisme com a principal instrument de la potenciació dels seus programes mitjançant de promoció i d'establiment de nous serveis, amb l'objectiu d'aconseguir més visitants per a la ciutat.
- L'estudi de noves línies de finançament per a Turisme de Barcelona.

Durant els pròxims quatre anys, s'adreçaran esforços per fer una intensa promoció de Barcelona amb l'objectiu de consolidar-la com a una de les primeres ciutats europees seus de fires i congressos. Això s'assolirà a partir de:

- Potenciar les tasques del Barcelona Convention Bureau (BCB), com a principal agent captador de congressos i convencions.
- Estudiar la viabilitat d'un segon Palau de Congressos, amb l'objectiu de potenciar la capacitat de Barcelona en aquest camp i que l'ajudi a adaptar-se a les noves necessitats.

També es potenciaran les activitats econòmiques vinculades als serveis de lleure, turisme, hosteleria i cultura, per tal d'incrementar el nombre de visitants, la seva despesa i l'estada mitjana. En aquest sentit, els esforços s'adreçaran cap a:

- La inclusió de Barcelona en els circuits dels principals Tours Operadors especialitzats.

- El foment dels programes de: Cap de Setmana, Barcelona Aula Oberta, Barcelona Centre Mèdic, de Vacances d'Estiu, Turisme Cultural, Turisme Juvenil, Barcelona Centre Universitari, i d'Esports (sobretot pel que es refereix a la promoció turística dels grans esdeveniments esportius).
- La promoció de Barcelona com base de creuers de la Mediterrània.
- L'impuls d'altres programes que s'adrecin cap a la consolidació del referent de Barcelona com capital turística de la Mediterrània, en especial en l'àmbit de la Xarxa C-6.
- El desenvolupament d'una política activa per a promoure que Barcelona es consolidi com a "hub" aeri del sud d'Europa.

2. Consolidar els nivells de serveis i de qualitat existents

Barcelona té assolits en aquests moments uns importants nivells de qualitat pel que es refereix als serveis que ofereix als visitants.

La qualitat és un dels grans objectius no només a mantenir sinó, tal com ja preveu el Pla Estratègic, a implementar en el sector turístic de la ciutat. L'objectiu central és fer de Barcelona una ciutat de qualitat en l'oferta turística i que passa per:

- Programes de nova retolació en diversos idiomes als principals punts d'interès turístic i als museus de la ciutat on encara no s'ha realitzat.
- Programes de seguiment de la qualitat de l'oferta hotelera i de restauració.
- Potenciació de les campanyes d'embelliment de la ciutat.
- Programes de seguretat ciutadana específics a aplicar als principals indrets d'interès turístic, firal o congressual.

3. Millorar l'oferta de nous equipaments i infraestructures

En aquest nou període es reforçarà la posta en marxa de noves infraestructures que, junt amb el recinte firal de Montjuïc-2, el Maremàgnum, el Museu d'Art Contemporani de Barcelona o el Museu Nacional d'Art de Catalunya, millorin el desenvolupament turístic.

Aquestes noves infraestructures seran, entre altres: l'Estació Marítima del Port i una zona atractiva d'atrancament de creuers, la nova Estació de Ferrocarrils de la Sagrera (Tren d'Alta Velocitat), el Teatre Nacional de Catalunya, el Gran Teatre del Liceu, l'Auditori Municipal de Glòries, el Teatre Lliure, el segon Palau de Convencions i Congressos, i la creació de l'Oficina d'Informació Turística de la ciutat de Barcelona.

4. Potenciació de la relació entre l'activitat comercial i la turística

En el marc de la política municipal en matèria de Turisme (descrita en part al capítol de la Comissió d'Ocupació i Promoció Econòmica), en relació a l'activitat comercial, i en col.laboració amb la regidoria de Turisme, es desenrotllaran els següents aspectes:

- La potenciació i la promoció dels indrets d'interès turístic de la ciutat, fent que el seu accés sigui fàcil per al visitant i utilitzant sistemes de transport col.lectius com el "Bus Turístic" o altres medis adequats als objectius que volem aconseguir.
- L'estudi de viabilitat d'implantació de zones turístiques amb tractament diferenciat respecte el conjunt de la ciutat.
- L'impuls i la promoció de la qualitat comercial als indrets d'interès turístic de la ciutat, amb l'objectiu de millorar l'oferta i la imatge de Barcelona.
- La promoció de la ciutat com a centre comercial, conjuntament amb el programa "Barcelona Ciutat de Compres" que impulsa el consorci Turisme de Barcelona, basat en la varietat d'ofertes de comerç i el servei especialitzat dels botiguers.
- La facilitació als visitants d'informació de l'oferta de consum a la ciutat: ofertes de comerç, oferta cultural (teatre, òpera, música), oferta esportiva i d'altres, per tal d'aconseguir una oferta atractiva al visitant que el motivi a venir a repetir la seva visita, i per que el ciutadà de Barcelona trobi una nova manera de relacionar-se amb l'espai on viu.
- La promoció d'una "Guia de Compres" amb informació detallada de les zones comercials de la ciutat.



Turisme de Barcelona. Pressupost d'Ingressos i Despeses per capítols per 1996

INGRESSOS

INGRESSOS PROPIS	266.451.000	39,2%
TRANSFERÈNCIES CORRENTS	410.000.000	60,3%
INGRESSOS PATRIMONIALS	3.000.000	0,4%
TOTAL INGRESSOS	679.451.000	100,0%

DESPESES

DESPESES DE PERSONAL	240.582.000	35,4%
DESPESES DE BENS CORRENTS I SERVEIS	389.869.000	57,4%
TRANSFERÈNCIES A PROGRAMES EXTERNES	5.000.000	0,7%
INVERSIONS	44.000.000	6,5%
TOTAL DESPESES	679.451.000	100,0%