



Ajuntament
de Barcelona
Gràcia

Mesura de Govern sobre el Pla de Turisme de Gràcia

Gràcia, la Barcelona creativa

Maig 2014

B
BC
BN



Índex	Pàg
Presentació	2
<ul style="list-style-type: none">• Antecedents• La diversitat i riquesa de Gràcia• Aspecte comunicatiu: declinació Marca Barcelona• Procés participatiu i elaboració• Full de ruta dinàmic i obert. Seguiment i avaluació	
Relat i línies estratègiques	10
<ul style="list-style-type: none">• Turisme com a generador de riquesa• Turisme i conciliació	
Anàlisi de dades i diagnòstic turístic	15
<ul style="list-style-type: none">• El districte des del punt de vista turístic• Els reptes de Gràcia des del punt de vista turístic• Estructura general del Pla d'Actuació de Turisme del Districte	
Programes i actuacions	22
<ol style="list-style-type: none">1. Mapa turístic2. Programes d'actuació: informació i difusió<ul style="list-style-type: none">• Agenda Turística, App i Web de turisme• Senyalització turística• Espais d'informació per a visitants3. Desenvolupament de l'activitat turística<ul style="list-style-type: none">• Cultura i identitat• Comerç• Sostenibilitat• Conciliació	
Accions i mesures concretes (metodologia, calendari i avaluació)	35



Presentació

Antecedents

A la segona meitat del segle XX la ciutat de Barcelona va viure una transformació que va canviar la vida dels barcelonins, a la ciutat i als barris. Els canvis van afectar tots els aspectes de la ciutat: les estructures urbanes, la política, l'associacionisme, l'esport, la mobilitat, la cultura... Va ser un canvi afavorit per l'evolució que es vivia arreu del món, pels canvis polítics a l'Estat espanyol i a Catalunya, amb la constitució de la Generalitat, i per la voluntat d'avançar dels barcelonins i fer-se seva la ciutat. El punt d'inflexió d'aquests canvis van ser els Jocs del 92, clau de volta de la transformació física d'una ciutat que es va obrir al mar, que es va obrir al món però que, alhora i més important encara, es va obrir a ella mateixa.

Barcelona és una ciutat que aglutina una realitat cosmopolita i plural per una banda amb una voluntat d'exercir de capital d'un país, Catalunya, i la seva cultura, per l'altra. Una capital que ha vist com el turisme s'ha convertit en un dels eixos de l'activitat econòmica, però també de la vida cultural i fins i tot de les relacions socials. El ritme de visitants no para de créixer, i a aquest increment del volum de visitants s'hi ha d'afegir l'entorn de crisi que fa anys que ens acompanya i que comporta que hagi disminuït de manera ostensible la iniciativa privada. Al mateix temps han sorgit nous emprenedors, sovint afavorits per les noves tecnologies i per l'esperit de tirar endavant que sobreviu a les situacions més dures. A hores d'ara la ciutat està situada en el món com un destí de primer ordre. Amb l'objectiu de reconduir l'oferta per fer una ciutat encara més atractiva, que potencii els valors culturals i històrics de Barcelona, s'ha bastit un projecte que redefinirà les zones turístiques perquè l'oferta tingui un sentit de descoberta que permeti diversificar i enriquir els valors que té la ciutat.

L'augment de l'activitat turística, però, està lluny de distribuir-se de manera homogènia a tots els barris actualment. Hi ha zones que pateixen una forta pressió turística, generant malestar entre els residents i altres mínimament desenvolupades turísticament. Per tal d'equilibrar els efectes del turisme el pla d'Actuació Municipal 2012-2016 és planteja la desconcentració territorial de l'activitat turística com una de les seves prioritats:

"Impulsar nous atractors urbans que generin centralitat a tots els districtes i distribuir el turisme a tota la ciutat".

Aquest apartat, complementat pel programa Barcelona Creixement que es proposa *Crear i Implementar uns plans de turisme de districte i de barri i itineraris econòmics sectorials*, impliquen l'elaboració dels Plans de Turisme de Districte. A més a més, el 20 de desembre de 2013, l'Ajuntament de Barcelona aprova el pla de *"Desconcentració Territorial de l'activitat turística. Plans de Turisme de Districtes"*, amb un doble objectiu:

- Redistribució a tot el territori dels ingressos i de la riquesa generada pel turisme
- Generació i dinamització de nous fluxos turístics a tota la ciutat

Un cop aprovada aquesta mesura que marcava les pautes i el marc general dels futurs Plans de Districte. Presentem aquí el propi pla de Gràcia; amb la voluntat que sigui un bon i eficaç full de ruta de les polítiques de gestió del turisme del Districte.

La diversitat i riquesa de Gràcia

Gràcia és diversa en la forma i en el fons. En els cinc barris d'aquest Districte barceloní hi trobem l'essència de la ciutat: un barri de vida intensa al costat de zones més residencials, vida cultural, vida al carrer i locals d'oci, artesans i innovació, història i cultura popular, i la tradició acompanyada d'un canvi que es vol respectuós, equilibrat i regenerador.

Però quina és la causa d'aquesta diversitat tot i ser el Districte més petit de Barcelona? Què fa de Gràcia un Districte amb aquest caràcter diferent i aglutinador? En primer lloc, la seva història: els orígens de la Vila de Gràcia, el creixement urbanístic de la ciutat fins a fer-se seu el barri i els moviments socials que hi han arrelat. La gran transformació que va viure Barcelona al llarg de la segona meitat del segle passat també va afectar Gràcia, que va veure com creixia la part nord del districte. Va haver d'absorbir l'increment de la circulació, la immigració, que també hi va arribar, i ja més cap aquí, el turisme. I tot això ho ha fet amb una voluntat de preservar la memòria històrica sense defugir els canvis, de la mateixa manera que ha sabut mantenir aquesta manera de viure acollint els nous, cosa que aporta un esperit de llibertat i sensibilitat que és el que atrau tant els que s'hi acosten. Per últim, hi ha un component que no podem deixar de banda; el ciutadà gracienc és i se sent de Gràcia, com una entitat amb personalitat pròpia. El sentiment de pertinença dels seus habitants, que no és dóna a altres indrets de la ciutat, acaba de reforçar aquesta personalitat pròpia i conforma un imaginari col·lectiu de Districte.

Actualment els cinc barris formen aquest tot amb una personalitat pròpia i ben definida. No obstant, cal marcar un rumb per permeti avançar tot mantenint la cohesió, que potencii el desenvolupament de les diferents activitats del barri, que mantingui els valors existents i generi noves mirades i noves oportunitats econòmiques i de riquesa, que creï cultura aprofitant les noves eines i l'acosti al carrer. Però que aquest avanç es faci preservant el



caràcter distintiu de Gràcia. El camí ens ha de permetre lligar la part més populosa, la Vila i Camp d'en Grassot-Gràcia Nova, amb els barris més allunyats del nucli, la part nord. Ha de saber equilibrar les ofertes turístiques amb els petits negocis, l'oferta gastronòmica amb la creació artística, les noves empreses amb els artesans, el lleure amb el descans.

I com s'ha de portar a la pràctica tot aquest plantejament? Per començar, explicant que el Districte no és només la Vila de Gràcia, sinó que hi ha quatre barris més –la Salut, el Coll, Camp d'en Grassot-Gràcia Nova i Vallcarca i els Penitents-- que cal valorar en tots aquells aspectes destacables, aconseguir que es visualitzi la importància del seu patrimoni, dels racons i d'un conjunt d'aspectes d'un valor que de vegades no s'ha sabut explicar. És cert que l'estil de vida de La Vila és conegut i té ja un reconeixement, però no ho és menys que hi ha una sèrie d'aspectes que fins ara passaven més desapercebuts i que només cal exposar-los, perquè el Districte té unes potencialitats enormes que cal explicar.

Aspecte comunicatiu: declinació Marca Barcelona

Des de la Direcció de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, conjuntament coordinada amb el Districte, es respon a la necessitat de creació d'un posicionament de Districte capaç de generar una sèrie d'adjectius, marques, lemes i visualitzacions del mateix. Establint així la fotografia d'allò que és i es vol vendre del Districte. Un exercici comunicatiu que vol facilitar la comprensió de Gràcia al turista i que s'emmarca dins el posicionament de la ciutat en el seu conjunt: la Marca Barcelona. Era important que cada Districte no anés pel seu compte en aquest aspecte (per no generar contradiccions) i es marquessin uns posicionaments "declinats" de la Marca de ciutat a cada Districte. Des del treball realitzat el 2013 s'ha buscat que és el que més identifica el Districte i quins trets i quins valors ens defineixen en relació a la ciutat.

Es defineix Gràcia com la Barcelona Creativa, (el lema que adopta aquest Pla) la Barcelona amb imaginació. D'entre els seus valors destaca la qualitat de vida com a actiu fonamental. També un fort sentiment de pertinença i un potent moviment associatiu.

És una zona cosmopolita, oberta al món, a la creativitat i a les noves tendències però defensant l'equilibri de la seva identitat (gracienc i catalana) i les seves tradicions. Gràcia és artista i artesana.



És la cultura i art al carrer, un lloc entusiasta on passen coses: festes, revetlles, nous comerços, noves propostes. Un lloc on consumeix cultura i, sobretot cultura de la gent i al carrer. Una zona oberta a la creativitat i la inspiració.

També destaca per el potencial de la societat civil i de la comunitat, amb importants moviments associacionistes i col·laboracions veïnals fortes i arrelades. Tradicionalment obert a les minories i vinculat amb punts de vista progressistes i rebels. Aparador de diverses reivindicacions. El contacte entre veïns és constant i proper. I les relacions són sòlides i arrelades.

Procés participatiu i elaboració

El procés que s'ha seguit per arribar a aquest document consta de 5 etapes o fases:

1. Fase d'anàlisi
2. Sessió participativa
3. Fase de treball intern
4. Grup de treball de Turisme
5. Presentació al Consell de Comerç

1. Fase d'anàlisi.

Mitjançant un concurs públic, es va adjudicar l'encàrrec d'acompanyar i dinamitzar el procés d'elaboració dels plans de Turisme de Districte a l'empresa ALS Advanced Leisure Services. L'anàlisi ha constatat dels següents passos:

1.1. *Anàlisi documental de la informació existent.*

- Recursos turístics existents al districte.
- Oferta turística existent.
- Projectes i Serveis que es puguin considerar de suport per a l'activitat turística.
- Anàlisi territorial.
 - Vies d'accés més importants.
 - Pautes de mobilitat dels residents i dels visitants.



- Ubicació física dels principals atractius i recursos i serveis de suport.
 - Existència de parcs i espais a l'aire lliure amb potencial turístic.
 - Existència de possibles terrenys, finques o propietats susceptibles de ser posades en valor amb projectes turístics.
- Condicionants existents per al desenvolupament de l'activitat turística. Visió percebuda:
 - Reunions de treball amb l'equip de gestió del districte.
 - Entrevistes personals o focus grup amb persones rellevants per a l'activitat turística del Districte (empresaris, líders d'opinió, institucions, representants de mitjans de comunicació, líders socials i veïnals, etc.).
 - Detecció de condicionants i oportunitats.
 - Referents internacionals que puguin servir de guia per a la fase propositiva.
 - Perfil de la demanda turística.

1.2. *Cartografia*

- Representació gràfica de la realitat turística del districte.
- Geolocalització dels punts d'interès.

1.3. *Prediagnòstic*

- Anàlisi DAFO diferenciat:
 - Territori des del punt de vista turístic.
 - Gestió i capacitats turístiques.
 - Activitat turística.
 - Desenvolupament
- Identificació de reptes.
- Fixació d'objectius.



2. Sessió participativa

Des d'un primer moment la voluntat d'aquest Districte va ser la d'establir els mecanismes oportuns per consolidar la participació ciutadana en aquest Pla. Podríem dir que és un Pla que ha buscat el consens social i veïnal i que beu de les aportacions dels graciencs i graciencques.

La primera pota d'aquest treball participatiu (la segona és el Grup de treball) són les entrevistes amb més de 30 representants de la societat civil gracienc i la sessió participativa realitzada l'abril del 2013 amb uns altres gairebé 50 persones del món comercial, cultural, associatiu, veïnal... de Gràcia. Aquesta sessió es va caracteritzar per la utilització del Sistema Interactiu de Resposta (SIR) un innovador format de participació que permetia als assistents respondre a preguntes formulades sobre el turisme a través d'un control remot, que al final es recollien en una sèrie d'esquemes i gràfics que reproduïen l'estat d'opinió emès. Resultats molt útils a l'hora de confeccionar les bases d'aquest Pla de Turisme de Gràcia.

3. Fase de treball intern

Consistents en tota una sèrie de reunions Empresa-Districte per a l'anàlisi posterior dels resultats de la participació ciutadana; en l'elaboració de les bases del Pla; en la creació del marc d'actuació; en proposició de programes de treball i de mesures concretes del Pla...

4. Grup de Treball de Turisme

En paral·lel a aquestes reunions es va crear el Grup de Treball de Turisme del Consell de Comerç. Format per unes 7 persones, es va reunir un parell de vegades per analitzar i proposar noves actuacions. Moltes d'elles recollides en aquest document, com:

- Rutes temàtiques de comerç
- Disposar informació turística en els transports públics
- Millora de la senyalització
- ...

A més, el Grup de treball es manté i jugarà un paper important en l'avaluació del Pla.



5. Presentació en el Consell de Comerç

El passat 8 d'abril es va presentar el document de bases (resum i estructura d'aquest document més extens) al Consell de Comerç; com a pas previ a la presentació en Plenari. En la mateixa sessió es van aportar algunes suggerències recollides en el Pla.

Full de ruta dinàmic i obert. Seguiment i avaluació

El Pla de Turisme de Gràcia marca un relat, unes línies a seguir i unes propostes concretes d'actuació. Però ha de ser necessàriament un document obert a modificacions i a noves propostes; per així adequar-se a una realitat canviant.

- **Per aquest motiu mantenim el Grup de Treball de Turisme del Consell de Comerç per fer-ne seguiment i avaluació. Grup que com a mínim s'haurà de reunir un cop per semestre.**
- **A més, el Districte n'elaborarà un informe anual de seguiment i valoració que presentarà al Consell de Comerç; on s'incloguin també possibles millores i canvis.**

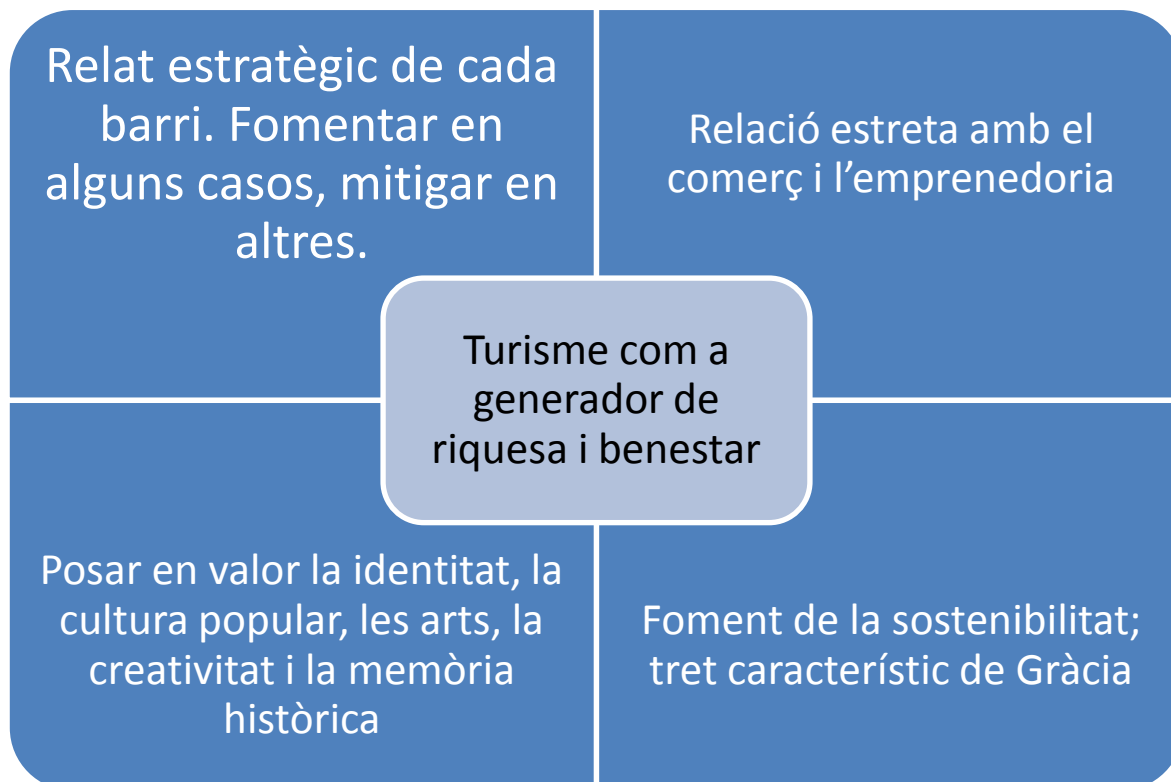


Relat i línies estratègiques

Tot Pla ha de tenir una base sòlida teòrica i un clar argumentari d'allò que es vol aconseguir. Un relat de fons que defineixi la voluntat de canvi i millorar i els grans objectius. Unes línies estratègiques que, en definitiva, serveixin per modular cap a una direcció les accions concretes que es duguin a terme i dotar-les de sentit.

En el cas d'aquest Pla, entenem que el Turisme a Gràcia s'ha d'enfocar des de dues perspectives diferents; buscant un equilibri entre elles: el turisme com a generador de riquesa i el turisme i la conciliació. A més, no concebem el Districte com un tot uniforme, sinó que cada barri té les seves particularitats i característiques i per això cada un d'ells també ha de tenir unes línies estratègiques i d'actuació diferents.

Turisme com a generador de riquesa





És indubtable que el Turisme s'ha convertit en una de les fonts importants de les que viu l'economia; tant a l'Estat espanyol com a Catalunya. Genera milers de llocs de treball de forma directa i indirecta i tota una sèrie d'oportunitats que no es produeixen en altres sectors.

Per tant, el turisme és generador de riquesa i d'activitat econòmica, això és un fet. Per aquest motiu enfoquem el Turisme des d'aquesta vessant i les conseqüències que se'n deriven. El Turisme ja és una certa font de riquesa al Districte, en uns llocs més que en d'altres, però volem que aquests efectes positius encara reportin més i de millor qualitat; però sempre en la justa mesura, com es veurà en l'apartat de Turisme i conciliació, buscant un equilibri.

Així doncs, dintre d'aquesta perspectiva situem quatre eixos:

· **Relat estratègic de cada barri:** és important, com dèiem, actuar des d'una visió diferent en cada barri. No són iguals i cada barri té les seves pròpies necessitats i característiques envers el Turisme que ens obliguen teixir un relat diferent per cada un.

Vila de Gràcia

- Posar en valor la Vila diürna
- Barri conegut, però encara amb possibilitats de desenvolupament turístic.
- Desconcentrar temporalment el turisme (gran afluència en Festa Major)

Camp d'en Grassot-Gràcia Nova

- Potenciar l'afluència turística del barri a través de la memòria històrica i industrial.
- Aprofitar els fluxos turístics de l'Hospital Sant Pau i de la Sagrada Família

Vallcarca i Els Penitents

- Potenciar l'afluència turística del barri a través dels seus punts d'interès, com el Viaducte de Vallcarca.
- Aprofitar els fluxos turístics del Park Güell.

La Salut

- Gestionar i aprofitar millor l'afluència turística al Park Güell.
- Apostar per una conciliació veïnal amb el turisme.

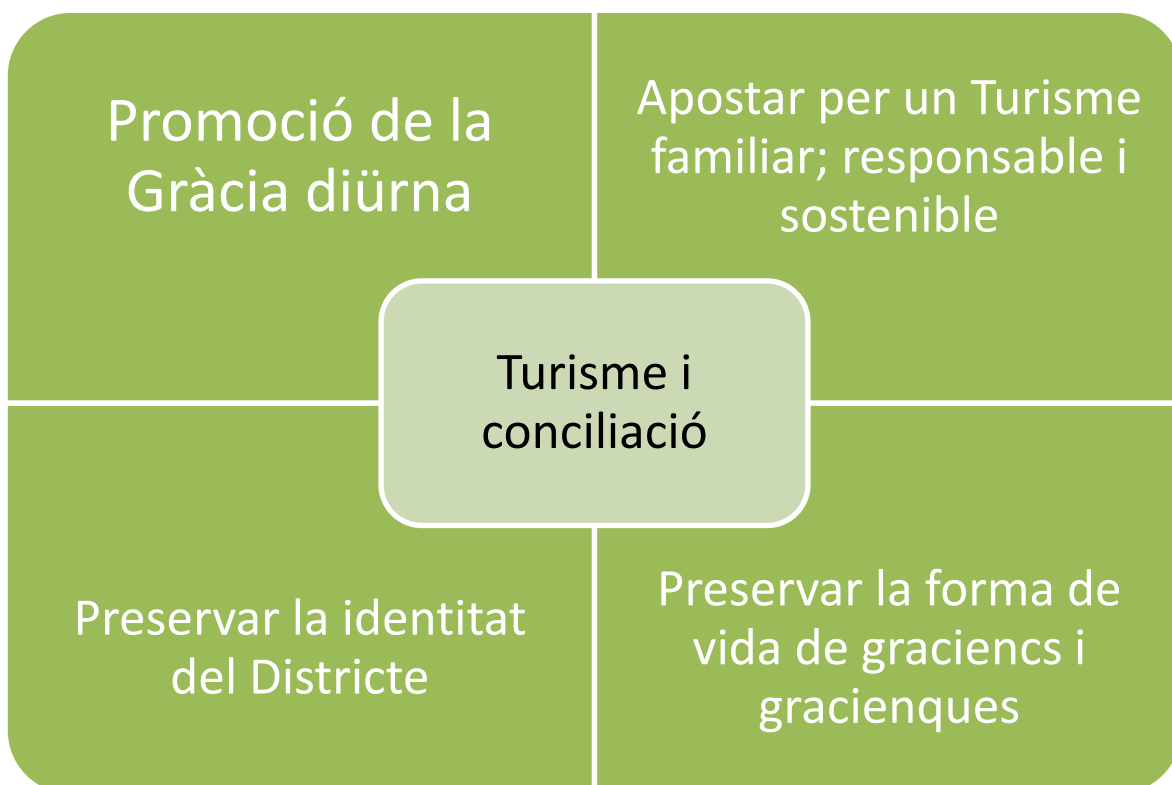
El Coll

- Potenciar l'afluència turística del barri a través dels seus punts d'interès, com el Parc de la Creuta del Coll.
- Aprofitar els fluxos turístics del Park Güell.



- **Relació estreta amb el comerç i l'emprenedoria:** si hi ha un sector que aporta llocs de feina, riquesa, diversitat, personalitat i cohesió veïnal i social aquest és el Comerç a Gràcia. I si hi ha un sector que se'n surt i encara se'n pot sortir més beneficiat de l'activitat turística, aquest és el Comerç de Gràcia. Per tant, com es veurà més endavant amb les accions concretes, el comerç, junt amb l'emprenedoria, juga un paper clau en l'elaboració d'aquest Pla.
- **Posar en valor la identitat, la cultura popular, les arts, la creativitat i la memòria històrica:** aquesta vessant també molt característica de Gràcia també pot treure profit del Turisme, per això, també s'enfoquen moltes accions a potenciar aquest fet com un atractiu turístic més.
- **Foment de la sostenibilitat:** un altre dels fets que diferencien Gràcia d'altres indrets de la ciutat és la capacitat per engegar iniciatives sostenibles i respectuoses amb el medi ambient. Aquest altre tret característic també s'ha de veure potenciat i vinculat a l'atractiu turístic del Districte.

Turisme i conciliació





Un dels aspectes en el que no ha de caure un Pla com aquest, és en el fet de centrar-se només en l'arribada de més turistes sinó que també ho ha de fer en la gestió d'aquest impacte i la voluntat de minimitzar-lo. Com veiem a altres Districtes de Barcelona, on el Turisme és una Turisme de masses, es genera tot un seguit de contrapartides de mala conciliació amb la vida del ciutadà d'aquests barris, problemes de neteja, de seguretat, de soroll...

No volem que això succeeixi en aquest nivell a Gràcia, i si succeeix en certs aspectes (com el soroll nocturn a les places) mirarem de mitigar-lo o almenys evitar que no vagi a més des de la perspectiva del turista. Gràcia ha de mantenir la qualitat de vida dels seus veïns, aquesta no s'ha de veure malmesa pel Turisme; així com la pròpia identitat i forma de vida del Districte.

Així doncs, dintre d'aquesta segona perspectiva situem quatre eixos:

- **Promoció de la Gràcia diürna:** segurament pel turista, Gràcia, sobretot la Vila, és entesa en molts casos com un espai d'oci nocturn. No és quelcom que vulguem variar completament, és una realitat, però sí que ens proposem potenciar i ressaltar la Gràcia de dia, potser no tant coneguda però amb unes potencialitats des de tots els àmbits encara majors que la Gràcia nocturna, i generar així un turisme més respectuós i convivencial.
- **Apostar per un Turisme familiar; responsable i sostenible:** una cosa va quedar clara en les jornades participatives: es vol un turisme familiar. Tot i que no reneguem d'altres tipus de turisme, aquell que creiem que pot aportar més i fer-ho d'una manera més responsable i sostenible; és el turisme familiar, per tant, enfocarem certs camps d'actuació en aquest sentit.
- **Preservar la identitat del Districte:** ho fem ressaltant aquells atractius que ja formen part de la realitat i identitat pròpia de Gràcia, com dèiem: comerç, cultura popular, arts, memòria històrica, sostenibilitat...
- **Preservar la forma de vida de graciencs i graciencques:** aspecte clau que només aconseguirem si sabem gestionar bé la nova arribada de turistes. Juguen aquí un paper clau les regulacions i els espais de convivència, així com l'enfocament de tot el Pla.

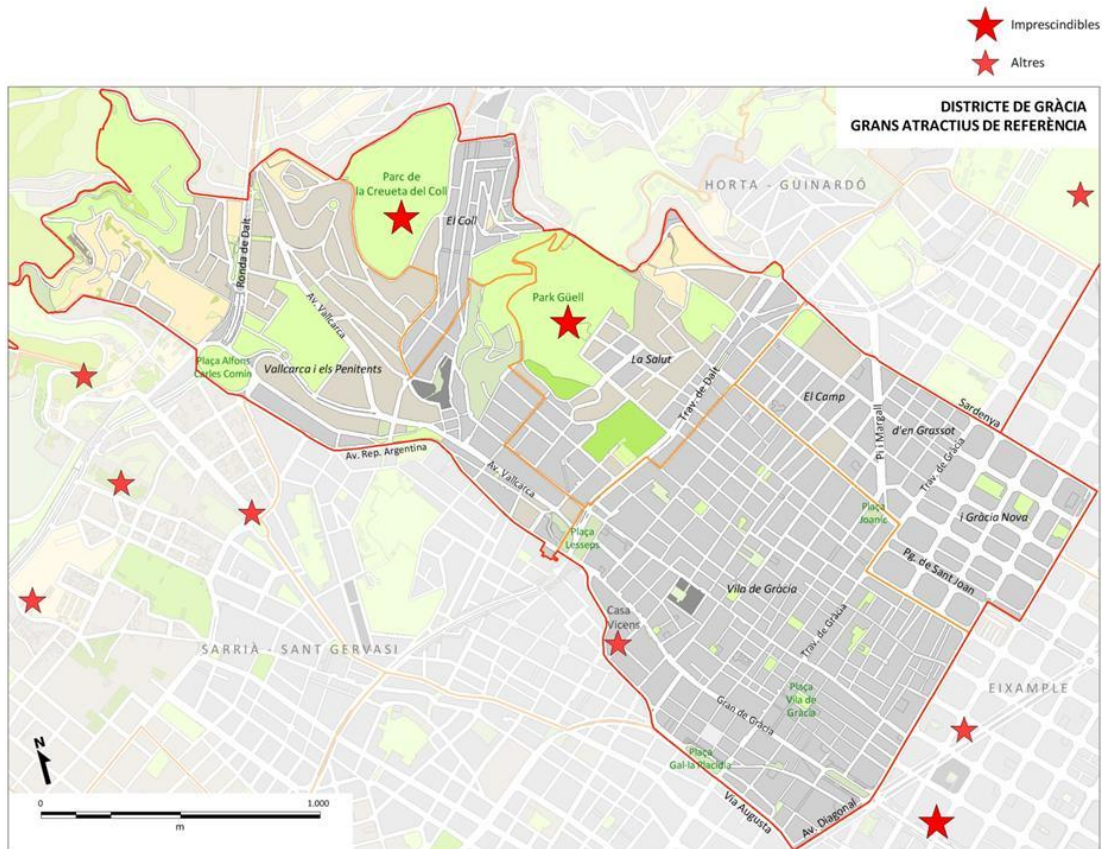


Anàlisi de dades i diagnòstic turístic



El districte des del punt de vista turístic

El districte de Gràcia és força heterogeni, amb un barri, la Vila de Gràcia, on es localitza la part més important de l'oferta i la demanda comercial i turística. En els darrers anys el dinamisme de la Vila ha anat transformant altres zones del districte. Processos de remodelació com el de la Plaça Lesseps han transformat la connectivitat i l'accessibilitat urbana del districte.



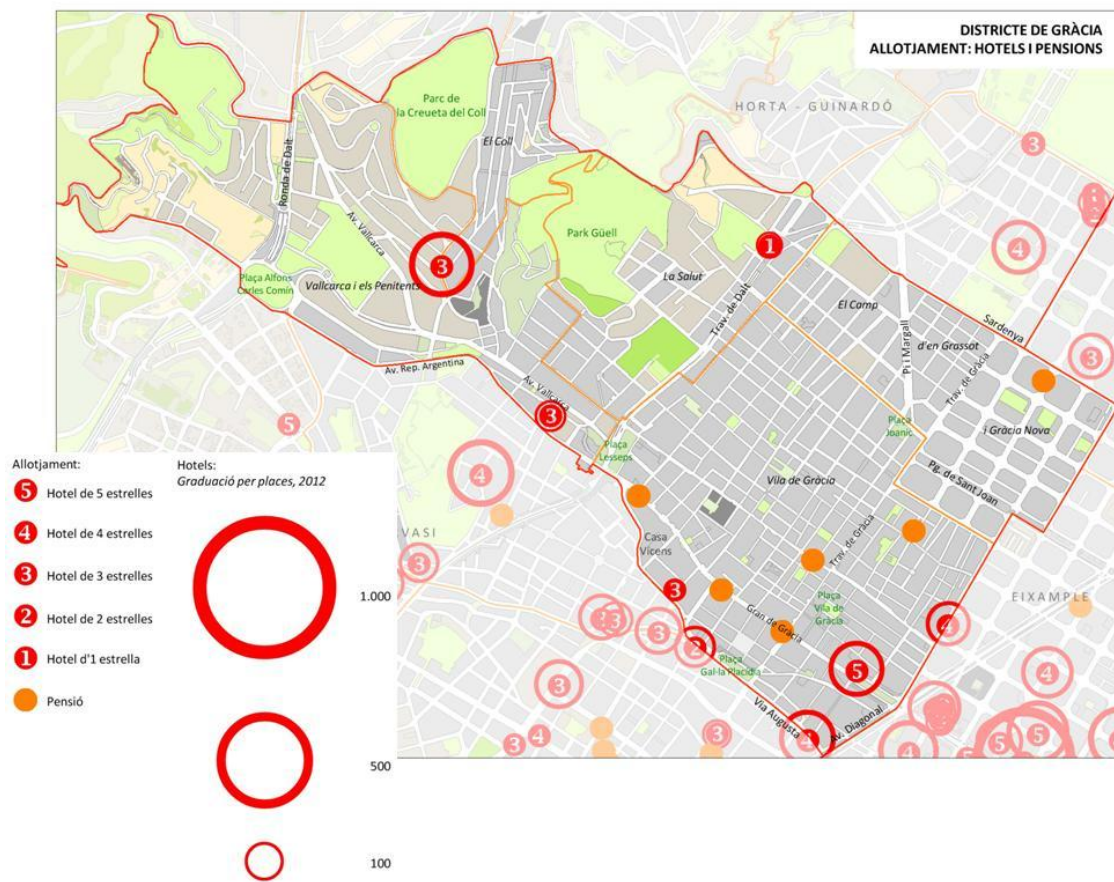
Gràcia alberga alguns dels atractius turístics més importants de la ciutat, amb el Park Güell com a icona de referència, d'acord amb la relació d'actius emblemàtics descrits per Turisme de Barcelona:

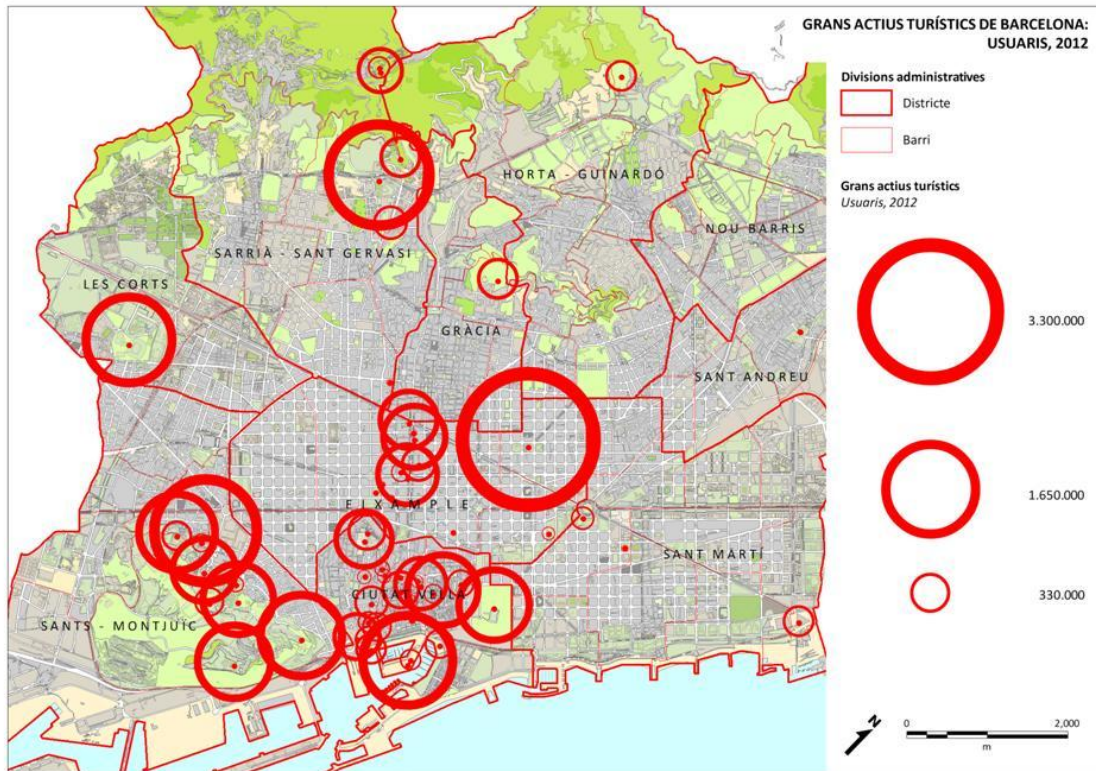
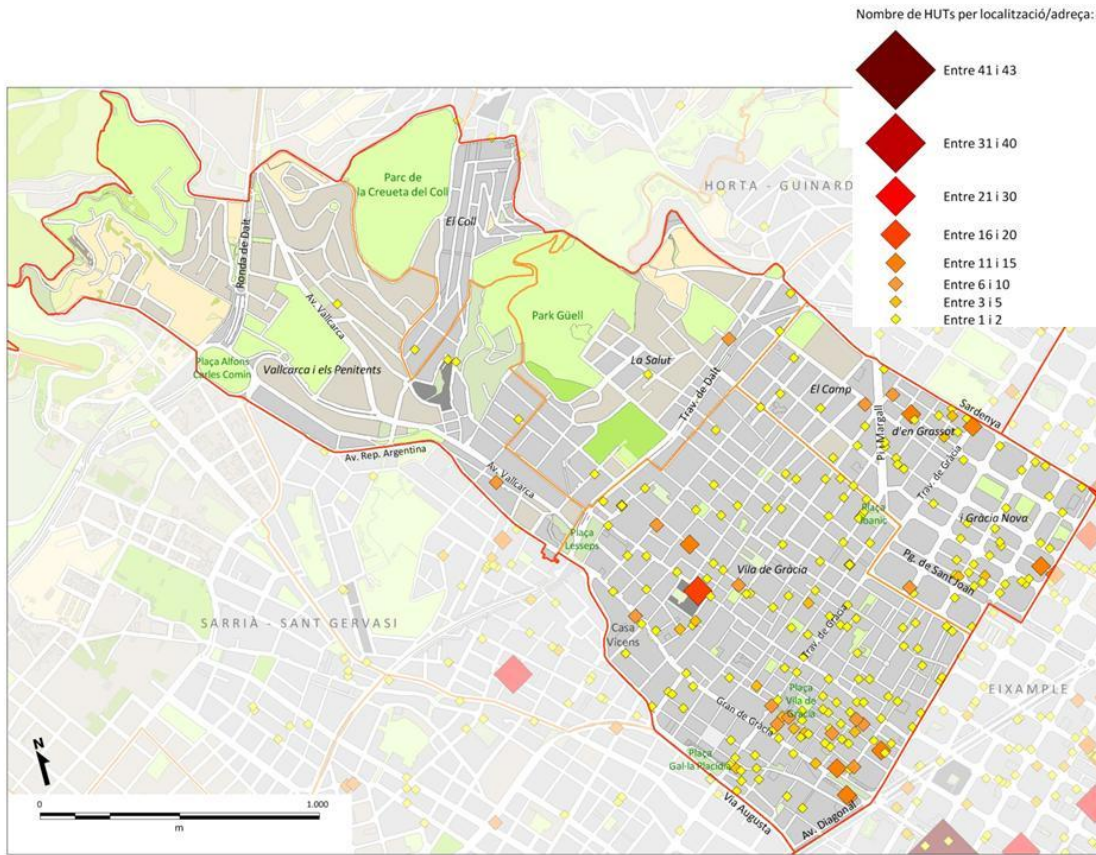
Imprescindibles	Park Güell
	Parc de la Creueta del Coll
Altres	Casa Vicens
Fonts: Plànol oficial de Barcelona. Turisme de Barcelona / Guia oficial de Barcelona. Turisme de Barcelona i Triangle Postals, 2009	

El districte de Gràcia té una realitat limitada des del punt de vista de l'acollida hotelera: és el tercer districte amb menys oferta d'allotjament hoteler de la ciutat, amb 568 places.

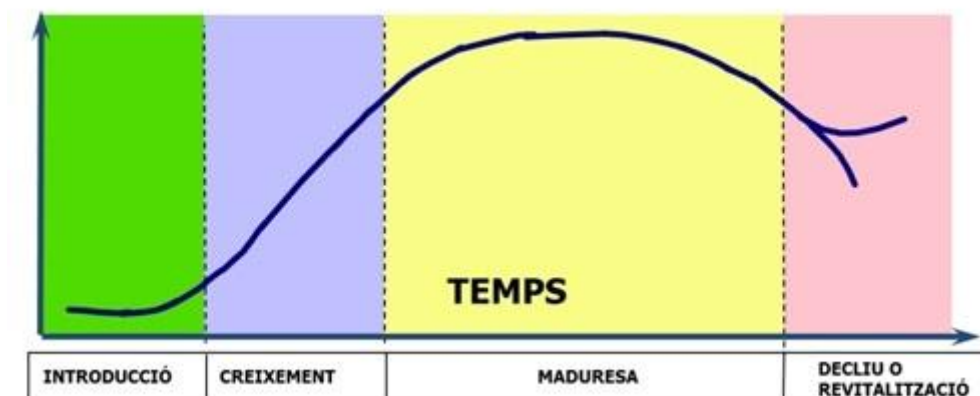
En relació amb els habitatges d'ús turístic, els 493 habitatges amb què compta, el situen en quarta posició per darrere de Ciutat Vella, l'Eixample i Sant Martí.

Al seu territori hi ha un dels més importants referents turístics de la ciutat, el Park Güell, així com el Parc de la Creueta del Coll, la Casa Vicenç i d'altres elements de referència del modernisme.





En el seu conjunt, des del punt de vista del seu cicle de vida turístic es pot afirmar que una part de Gràcia està en una etapa de maduresa, mentre la resta està en fase d'introducció i creixement del turisme.



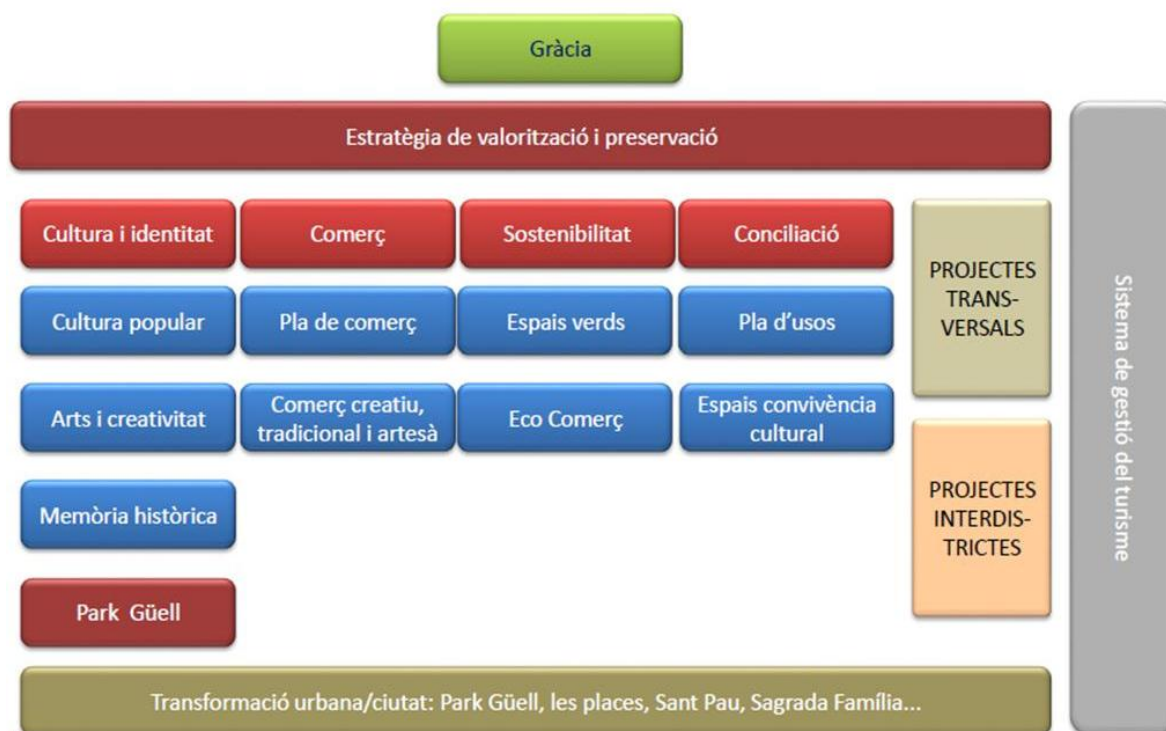
Els reptes de Gràcia des del punt de vista turístic

D'acord amb la informació recollida en la fase d'anàlisi i diagnòstic, els reptes que es van identificar per al districte de Gràcia van ser els següents:

1. Generar una visió de conjunt de què és i què es vol que sigui l'activitat turística.
2. Definir la personalitat turística i els trets diferencials del Districte i les seves vessants.
3. Compatibilitzar la consolidació turística d'algunes zones amb el desenvolupament turístic incipient d'altres.
4. Coordinació i diàleg permanent amb altres Districtes per aprofitar mútuament experiències, projectes i bones pràctiques.
5. Potenciar la implicació de la població local amb el potencial i la realitat del turisme.
6. Potenciar el contacte i la col·laboració entre el sector públic i el sector privat.
7. Integrar el turisme com a una prioritat en les estructures de gestió i les decisions del Districte.

Estructura general del Pla d'Actuació de Turisme del Districte

L'esquema general del Pla de Turisme de Districte de Gràcia és el següent:



Les principals línies d'actuació proposades són les següents:

Informació i Difusió

Des del punt de vista dels seus atractius turístics, Gràcia ja és un districte conegut. Hi ha una sèrie de reptes importants relacionats amb la necessitat de valoritzar i preservar la seva notorietat tant pels turistes com per al sector turístic professional. En aquesta línia es proposaran accions relacionades amb la informació i la difusió dels recursos turístics del districte.

Eixos de desenvolupament turístic

Hi ha quatre eixos bàsics per al desenvolupament de l'atractiu turístic del districte:

- El relacionat amb la cultura i la identitat, per a posar en valor la cultura popular, les arts i creativitat i la memòria històrica.



- El relacionat amb el comerç, a través del Pla de comerç, del comerç creatiu, tradicional i artesà que configura un dels elements de major atractiu del districte...
- La posada en valor de la sostenibilitat, tant des del punt dels espais verds, com de l'oferta comercial relacionada amb els productes ecològics.
- El relacionat amb la conciliació de l'activitat turística amb la vida dels residents, mitjançant mesures com un Pla d'usos i l'organització d'espais de convivència i intercanvi cultural.



Programes i actuacions

1. El mapa turístic del districte

El mapa turístic del Districte s'inscriu en el Mapa de Barcelona que s'ha anat estructurant de forma paral·lela al desenvolupament turístic. Recull els atractius turístics principals.

L' **elaboració d'un mapa turístic** de la totalitat del Districte de Gràcia situant els principals elements turístics dels barris del Districte, facilitant la percepció de proximitat i continuïtat amb grans icones de la ciutat (Sagrada Família, Passeig de Gràcia, Edifici de la Pedrera, Hospital de Sant Pau). Afavoreix una major desconcentració de l'activitat turística al posar de relleu els atractius i oportunitats dels diferents barris del districte.

La proposta d'icones és fruit de la recollida d'informació que s'ha fet a les fases d'anàlisi i diagnosi, i incorpora molts dels suggeriments rebuts a les entrevistes i reunions de treball.

El mapa recull la visió actual del que es vol que siguin els atractius i punt de referència turística del districte, així com aquells aspectes en els quals es vol fer més èmfasi com atractius i recursos turístics, i ha de poder evolucionar a mesura que s'incorporen noves ofertes d'interès per als visitants de la ciutat.

Aquest mapa evolucionarà i recollirà les diferents propostes, rutes, nous icones que és valorin a potenciar. Servirà de base per facilitar la plasmació gràfica de les progressives rutes elaborades pels diferents agents que incideixen en la promoció turística del territori.

A nivell metodològic s'estructura diferenciant la seva escalabilitat a nivell de destinació, ciutat, districte i barri. S'adapta també a la senyalització existent a la ciutat i facilita l'aplicació en diversos formats

La fragmentació ha de permetre centrar l'interès en un barri concret, però sense perdre la visió estratègica del districte en relació a la ciutat i a les grans icones turístiques. Per tant, en la fragmentació del barri d'en Camp d'en Grassot i Gràcia Nova cal visionar la proximitat del Park Güell, del recinte Modernista de l'Antic Hospital de Sant Pau, del Passeig de Gràcia, del edifici de la Pedrera i del barri de la Vila de Gràcia.

A nivell de producte és proposa l'edició en format paper i també responen al moment tecnològic actual es proposa el seu **format web**, accessible des d'ordinadors, tauletes i mòbils.

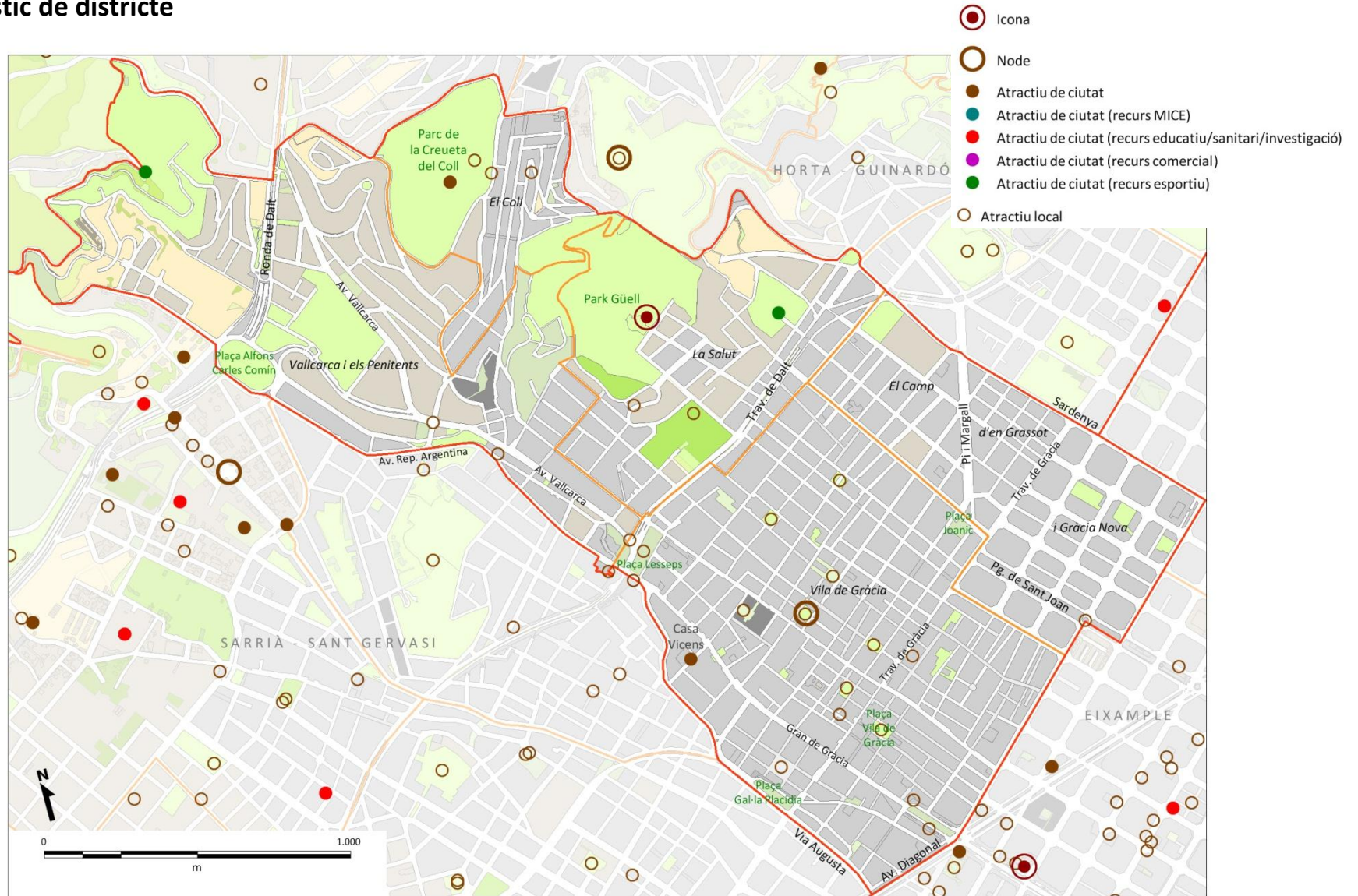
La web de continguts ampliarà cada un dels punts assenyalats i s'aniran introduint propostes de rutes a mesura que es vagin creant i definint.



Punts d'interès turístic

ICONES I NODES/ZONES TURÍSTIQUES NIVELL GLOBAL			
Icones		Nodes - Zones	
Park Güell		Vila de Gràcia	
		Camp d'en Grassot	
PUNTS INTERÈS TURÍSTIC NIVELL CIUTAT			
Parc de la Creueta del Coll Escultura de Chillida	Finca Güell	Viaducte de Vallcarca	Sedeta –Memòria històrica
Casa Fuster	Finca Sant Salvador	Plaça del Diamant Refugi	Biblioteca Jaume Fuster
PUNTS INTERÈS TURÍSTIC NIVELL LOCAL			
Plaça Vila de Gràcia	Plaça Lesseps	Santuari de Sant Josep Muntanya	Mercat de la Llibertat
Jardinetes de Gràcia	Antiga editorial Bruguera	Església dels Josepets	Mercat Abaceria Central
Passeig de Sant Joan	Casa Vilaró	Centre Cultural La Violeta	Casa Pascual i Pons
Casa Bonaventura Ferrer	Plaça del Sol	Plaça de Rovira	Plaça de la Revolució
Casa Comas d'Argemir	Escola Josep Maria Jujol	Plaça del Nord	Casa Queralt
RECURSOS			
Educatiu, Sanitari i Investigació	Comercial	Recurs esportiu	
Parc Sanitari Pere Virgili	Eix comercial Gran de Gràcia	Club de Tennis La Salut	
Institut Europeu Disseny		C Esportiu Europa	
		C Natació Catalunya	

Mapa turístic de districte



2. Programes d'actuació: informació i difusió

Dins aquest grup de programes agrupem les accions dissenyades donar a conèixer el districte de Gràcia de d'una perspectiva turística

Agenda Turística, App i Web de turisme

El districte de Gràcia és ric en la seva oferta d'actes lúdics i atractius per a gaudir del temps d'oci tant per a veïns i veïnes com per a forans. La massificació d'algunes activitats ens porta a reflexionar sobre la difusió i la gestió de la informació. Convidar a gaudir del districte també implica demanar respecte pels veïns i pels espais. En la mateixa línia, la oferta adreçada a turistes ha de contenir aquells elements que garanteixin una bona convivència amb els veïns i veïnes (potenciar els valors d'oci cultural i l'oferta de diürna i familiar, recordar les normes bàsiques de convivència en relació al medi ambient, al soroll i a la neteja). Per tant, **l'agenda turística del districte** ha de ser el resultat d'una reflexió sobre la promoció de les activitats i a seva elaboració i promoció ha de respondre a criteris de sostenibilitat.

D'altra banda Gràcia és innovadora, creativa i jove. Necessita especialment utilitzar els nous canals comunicatius que li permetin connectar els seus públics amb els seus valors. Aquesta valoració ens porta a impulsar les iniciatives que promocionin els valors culturals del districte a partir de la creació i/o difusió **d'aplicacions mòbils** i la facilitació del seu accés.

- ✓ Una de les iniciatives que presenta especial interès és el projecte **mLearningBCN - Barris amb vida**. Amb el suport de l'Institut Municipal d'Educació dos centres educatius del Districte formen part d'un projecte per fomentar el coneixement del barri a partir de la creació d'una ruta geolocalitzada.
- ✓ D'altra banda en la remodelació de les places del Sol i la del Diamant s'incorporarà l'accés a Wiffi ciutadà que ampliarà l'oferta actual. Caldrà incorporar en el mapa turístic els punts Wiffi del territori.



- ✓ Recolzar iniciatives de promoció comercial que situïn el comerç del districte i les seves diferents rutes comercials dins de l'àmbit de les xarxes digitals.

En aquesta línia s'incideix en diferents aspectes:

- ✓ Recolzament formatiu tecnològic adreçat als comerciants (projecte de formació de Barcelona Activa).
- ✓ Programa de subvencions de comerç adreçades a projectes formatius promogudes per entitats de comerciants.
- ✓ Establir línies de coneixement i treball a partir d'òrgans participatius de districte. En aquest sentit hi ha la creació d'un grup de treball específicament dedicat a les tecnologies.
- ✓ Suport a les diferents iniciatives que incideixin en el millor posicionament del districte en l'àmbit tecnològic.

En aquesta mateixa línia d'informació i promoció es farà el disseny i implementació de la **web de Turisme de Gràcia** vinculada a la Web de Districte on és recullida la documentació sobre punts turístics, el planell del districte, les rutes temàtiques, les rutes comercials, l'agenda d'actes i les informacions d'interès.

Senyalització turística

Els barris de la Vila de Gràcia i especialment Camp d'en Grassot i Gràcia Nova és troben en la confluència entre grans icones turístiques de la ciutat: Park Güell, recinte històric de l'Hospital de Sant Pau, Passeig de Gràcia, La Pedrera i La Sagrada Família. Cal aprofitar els fluxos que generen aquestes icones turístiques per tal de promoure econòmicament els barris propers.

També la diversificació de les entrades al Park Güell permet la promoció de rutes comercials i culturals alternatives (entrada al Park Güell per la zona del barri del Coll i entrada per el barri de Vallcarca).

La senyalització física és un elements clau en la gestió del turisme. La senyalització ens permetrà definir els itineraris turístics que permetin enllaçar a peu de forma còmoda els principals atractius turístics i les zones comercials. I resoldre rutes alternatives que ajudin a distribuir el turisme en el territori.



Relacionat amb la senyalització caldrà vetllar per la correcta senyalització dels icones turístics de Gràcia en les parades de transport públic del Districte o properes. Cal incloure especialment les alternatives que afavoreixin el creixement descentralitzat del districte (posant en valor els barris propers a icones turístics – El Coll, Camp d'en Grassot i Gràcia Nova, Vallcarca i els Penitents, la Salut-)

Espais d'informació per a visitants

Creació de punts d'informació turística

- ✓ Creació d'una zona d'informació turística a la Seu del Districte de Gràcia aprofitant la infraestructura de l'OAC
- ✓ Incorporar un punt informatiu al Centre Cívic de la Sedeta: per tal de facilitar el flux entre els visitants de la Sagrada Família i la seva connexió amb la Vila de Gràcia i el Parc Güell.
- ✓ Valorar la incorporació d'elements informatius a la Plaça Lesseps.
- ✓ Incorporar informació turística a les parades de transport públic dels Districte.

Albergs, hotels, residències d'estudiants

- ✓ Establir canals de comunicació tant amb l'objectiu informatiu -garantir la informació qualitativa del districte-, com educatiu –transmetre els elements de convivència i respecte amb els veïns i veïnes del barri-.
- ✓ En els establiments situats en zones on és valora positivament l'increment del turisme es donarà suport per l'elaboració de productes turístics. Aquests productes poden ser mapes que situïn l'establiment i que guiïn el visitant en la localització de llocs d'interès.



3. Desenvolupament de l'activitat turística

Posar en valor els atractius i recursos potencials del territori, afavorint el desenvolupament i creació de producte turístic.

Hi ha **quatre eixos bàsics** per al desenvolupament de l'atractiu turístic del districte: cultura i identitat, comerç, sostenibilitat i conciliació.

Cultura i identitat

Posada en valor com a recurs turístic els elements propis de la cultura, les arts, la cultura popular, la història i la memòria dels barris.

Resum executiu:

Recuperació memòria històrica

- Rutes memòria històrica
- Sedeta
- Refugi Pl Diamant

Cultura popular

- Calendari d'esdeveniments
- Promoció a través d'app/pàgina web

Arts i creativitat

- Calendari d'esdeveniments, actuacions, exposicions...
- Promoció a través d'app/pàgina web
- Inventari d'espais



Projectes destacats

Ruta de la memòria històrica

Les places de la Vila de Gràcia són elements de notable valor històric, social i simbòlic del districte, amb diversos projectes de remodelació i de posada en valor turístic seguint el fil conductor de la memòria històrica, la cultura popular i l'oferta comercial.

Places com la de la Vila de Gràcia, la de les Dones del 36, la del Diamant, la de la Revolució del Setembre de 1868 i la de la Llibertat, entre d'altres, són espais urbans alguns dels quals amb una alta pressió humana que, en certs casos, tan sols tenen un ús relacionat amb el lleure i l'oci nocturn, de manera que es persegueix que l'ús de les places, igual que es vol que sigui amb el perfil del visitant i el turista de Gràcia, s'estengui durant el dia més equilibradament amb la nit.

El districte de Gràcia s'està treballant per posar en valor els elements de la memòria històrica presents als barris del districte, especialment aquells elements centrats en les places de la Vila de Gràcia i en la memòria històrica dels treballadors de la fàbrica La Sedeta.

Amb això es crea una ruta pròpia del districte i s'integra en una ruta més àmplia a escala de ciutat.

Proposta d'elaboració i difusió d'una ruta de memòria històrica de Gràcia amb nombrosos punts d'interès i de visita amb continguts sòlids i un relat interpretatiu atractiu.

Projectes singulars que aporten valor a la recuperació de la memòria històrica de Gràcia:

Plaça del Diamant: remodelació de la plaça del Diamant amb la incorporació d'elements informatius i on és dota de protagonisme l'entrada al refugi. És un dels refugis antiaeris que els veïns de Gràcia van construir durant la Guerra Civil: un entramat de túnels on es podien refugiar unes dues-centes persones, a dotze metres sota terra.

Projecte de recuperació de la Memòria històrica de la Sedeta. Recuperar la memòria de La Sedeta per enriquir, ampliar i conservar el patrimoni històric i cultural del barri del Grassot- Gràcia Nova.



Protocol Festiu del Districte de Gràcia: recollir el treball existent al districte sobre el calendari Festiu. Posar en valor el patrimoni immaterial lligat a la cultura popular a través de festes, les tradicions i celebracions. Gestionar la informació del valor de la cultura popular en l'Agenda Turística i en les diferents plataformes informatives

Gràcia artesana i creativa

Donar suport a aquelles iniciatives que reforcin els trets culturals i creatius del districte.

S'ha iniciat un estudi a partir de la detecció i entrevistes en profunditat dels artesans del barri per tal de dissenyar accions promocionals.

Ens plantejem com a objectiu, conèixer, promocionar i reforçar el col·lectiu d'artesans que troben en els barris de Gràcia acollida per desenvolupar els seu oficis.

- ✓ Elaboració d'un estudi de la oferta artesana del Districte
- ✓ Suport a les associacions d'artesans per facilitar la visualització dels artesans d'oficis.
- ✓ Projecte de Tallers oberts de difusió dels tallers artesans.
- ✓ Projecte de web de Dones Creadores



Comerç

Posar en valor turístic els atractius lligats al comerç de qualitat i de proximitat amb l'objectiu de redistribuir territorialment els beneficis que el turisme genera. Gràcia disposa d'una gran riquesa comercial plena de contrastos, propera i innovadora. És el barri amb més establiments relacionats amb l'estil de vida saludable, natural i ecològica. També disposa d'una oferta de comerços dedicats a l'art, l'artesanía i els oficis artesans i artístics.

Existeix un teixit comercial molt ric, però alhora molt segmentat i per tant caldria enfortir-lo a partir de la creació de projectes comuns o fomentant la creació de nous eixos comercials i associacions de segon nivell.

El suport a les activitats promocionals fruit de la unió de certs sectors en alça al territori (gastronòmic, tradicional, ecològic..) ajudarà a la consolidació de l'oferta comercial singular.

Un exemple és la guia de comerç jove que ha s'ha publicat a principis del 2014 i es fruit del treball per tal de fomentar l'emprenedoria entre els joves.

L'elaboració del pla de Comerç del Districte de Gràcia concretarà l'estratègia de promoció del comerç i la seva vinculació amb el turisme.

Resum executiu:





Sostenibilitat

La posada en valor de la sostenibilitat, tant des del punt dels espais verds, com de l'oferta comercial relacionada amb els productes ecològics. Col·laborar amb les entitats que recullen i promocionen els productes ecològics i l'estil de vida saludable.

D'una banda actuacions en espais verds, la mapificació dels parcs i jardins del districte i posar en valor el Parc de la Creueta del Coll per convertir-lo en un referent de natura del sector nord, a més de punt de trobada d'itineraris relacionats amb la natura i la sostenibilitat.

Per altra banda, actuacions en comerç ecològic amb inventari i classificació d'establiments (bio, Km 0, botigues d'aliments a granel, cooperatives de consum...), senyalització i promoció i difusió d'aquest comerç (Green Map) amb la possibilitat de creació d'una ruta específica.

Resum executiu:

Espais Verds

- Mapa de parcs i espais verds
- Posar en valor el Parc de la Creueta del Coll

Comerç Ecològic

- Inventari i classificacions d'establiments (bio, km 0, a granel...)
- Campanyes de foment reciclatge

Green Map

- Promoció i difusió d'aquests comerços a través d'un mapa i d'una ruta.



Conciliació

Gràcia disposa d'un dels principals atractius turístics de la ciutat: el Park Güell. L'octubre del 2013 es posa en marxa el projecte de gestió turística del Park Güell. Aquest projecte regula l'accés dels visitants i turistes a l'espai monumental amb un règim de visites de pagament i ofereix la inclusió i l'aprofundiment de la vessant turística-cultural a l'espai, amb un centre d'interpretació i amb un reforç del component cultural en els seus continguts. Així mateix fa incidència també en la potenciació i l'ordenació dels espais naturals del parc i en l'accessibilitat i el control dels fluxos per mitjà de la senyalització de 5 itineraris d'accés per a visitants des de les cinc estacions de metro més properes.

Per altra banda, la revisió del Pla d'Usos, que segueix el seu camí, incidirà en aspectes claus pel turisme i la convivència: control d'allotjaments turístics, regulació establiments menjar per emportar.

Per últim, incorporar la vessant de convivència i educativa en tots els productes promocionals del turisme i buscar noves fórmules de relació gracienc-turista, com tallers explicatius de la cultura local.

Resum executiu:

Revisió Pla d'Usos

- Regulació d'establiments de menjar per emportar
- Regulació d'apartaments turístics

Regulació Park Güell

- Consolidar i millorar una regulació ja en marxa i que ja dóna els seus fruits

Espais de Convivència

- Tallers explicatius de la cultura local als turistes
- Incorporar la vessant de respecte i convivència als productes turístics.



Accions i mesures concretes (metodologia, calendari i avaluació)



Informació i difusió

Informació i difusió

Acció.- Declinació de la marca Barcelona

Declinació de la Marca Barcelona per a barris i districtes. Es tracta d'establir les directrius que facilitin la creació dels materials de promoció i informació adreçats als visitants en el marc del pla global de comunicació municipal.

Accions:

- Treball de declinació de la marca Barcelona a Gràcia

Entitats implicades:

- Direcció de Comunicació
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)
- Equip de districte
- Consorci Turisme de Barcelona

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Nivell de prioritat: Molt alt

Sistema de seguiment:

- Presència d'una marca de districte singular
- Capacitat d'aprofitament turístic de la marca
- Enquestes de satisfacció i d'evolució de l'activitat turística sorgida de l'aprofitament de la nova marca
- Capacitat de generació de productes turístics nous



Informació i difusió

Acció.- Manteniment, producció i distribució del mapa turístic del districte

Disposar d'un mapa turístic del districte que posi de relleu els atractius i les oportunitats de desenvolupament turístic

- Definir el mapa turístic
- Establir una jerarquia de punts d'interès turístic que permeti la seva escalabilitat a nivell de destinació, ciutat, districte i barri. Els punts d'interès de districte es classifiquen en icones, nodes, atractius de ciutat i atractius d'escala local
- Facilitar la seva aplicació en els diversos suports informatius, especialment en suport electrònic i en la senyalització

Accions:

- Manteniment i posada al dia de la informació
- Producció, si s'escau, del mapa
- Distribució del mapa i de la informació

Entitats implicades:

- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)
 - Equip de districte
 - Direcció de Comunicació
 - Direcció de Mobilitat
- Consorti Turisme de Barcelona

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Existència del mapa
- Nombre d'unitats produïdes
- Nombre d'unitats distribuïdes
- Volum d'informació distribuïda relacionada amb el mapa



Informació i difusió

Acció.- Elaboració de l'Agenda Turística del Districte

Generar i comunicar una agenda d'esdeveniments dels barris, respectant i conservant la seva originalitat i identitat.

Agenda d'esdeveniments culturals, turístics i socials que, amb les opcions de les TIC, permeti comunicar els diferents actes, tant als turistes com als visitants i ciutadans, en els diversos canals i sistemes de comunicació.

Accions:

- Generar i comunicar una agenda d'esdeveniments dels barris, respectant i conservant la seva originalitat i identitat.
- Fer l'inventari d'esdeveniments i d'actes d'interès turístic del districte
- Jerarquitzar els esdeveniments d'interès turístic del districte en funció de les prioritats i capacitats del districte per a la seva potenciació o posada en valor
- Estructurar la informació per tal de poder incorporar-la a les *apps*, web, portal i bases de dades que es considerin adients
- Incorporar aquesta informació al suport o suports finalment escollits
- Gestionar la informació per a la seva posada al dia

Entitats implicades:

- Direcció de Comunicació
 - Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)
 - Equip de districte
- Consorti Turisme de Barcelona

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Existència de l'agenda
- Nombre d'exemplars distribuïts, si és en paper
- Nombre de descàrregues / consultes, si és *on-line*
- Capacitat de posar-la al dia de forma àgil i constant



Informació i difusió

Acció.- Elaboració d'una *app* turística per al districte

Elaboració d'aplicacions informàtiques (*apps*) que recullin informació dels recursos, productes i serveis turístics del districte.

Accions:

- Aprofitar tota la informació recopilada i organitzada
- Identificar els serveis que poden ser d'interès i d'utilitat per al turista
- "Zonificar" la informació en funció del seu ús i la seva utilitat previstos
- Desenvolupar l'*app* / adherir-se a l'*app* existent
- Idear un sistema per donar-la a conèixer i estendre el seu ús

Entitats implicades:

- Institut Municipal d'Informàtica
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEiO)
- Equip de districte
- Àrea d'Hàbitat Urbà

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Existència de l'*app*
- Descàrregues de l'*app*
- Nom d'usuaris i de visites a l'*app*
- Volum de continguts al llarg del temps



Informació i difusió

Acció.- Web www.bcn.cat

Incorporar un apartat específic de turisme a la web *del districte*. Nodrir d'informació l'apartat de turisme de la web de Barcelona adreçada als visitants de la ciutat.

Accions:

- Desenvolupar l'apartat Web
- Manteniment de la informació
- Assegurar-se que la informació del districte estigui correctament recollida al web

Entitats implicades:

- Direcció de Comunicació
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEiO)
- Equip de districte

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Volum i varietat de continguts
- Existència de l'apartat de turisme



Informació i difusió

Acció.- Senyalització turística

Desplegament de la senyalització turística pels barris i districtes de la ciutat d'acord amb el nou Mapa Turístic proposat i adaptació de la ja existents

1. Senyalitzar els icones turístics del Camps d'en Grassot i Gràcia Nova i les rutes a peu que enllacen la Sagrada Família amb el Park Güell. Valorar la conveniència d'altres senyalitzacions (Hospital de Sant Pau). Ampliada la informació del mapa turístic.
2. Senyalitzar les icones turístiques del barri de Vallcarca i els Penitents (segons mapa turístic)
3. Revisar la senyalització de la Vila de Gràcia i fer les propostes de millora necessàries per adaptar el mapa turístic.

La senyalització també incorporarà *tags* QR i NFC per vincular-se les aplicacions relacionades

Accions:

- Identificar i jerarquitzar les àrees, nodes i punts d'interès que es volen senyalitzar, d'acord amb la proposta de senyalització turística per vianants de l'Ajuntament de Barcelona
- Prioritzar els punts i àrees a senyalitzar
- Selecció de l'empresa especialitzada en senyalització urbana
- Instal·lar els senyals
- Mantenir el sistema

Entitats implicades:

- Direcció de Mobilitat
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEiO)
- Equip de districte
- Empresa de senyalització

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Implantació de la senyalització
- Nombre de senyals instal·lats
- Nombre de zones amb senyalització



Informació i difusió

Acció.-Espais d'informació / Canals de comunicació amb Albergs, Hotels i Residències d'estudiants, operadors i editors d'informació turística

Incorporar informació adreçada als visitants en l'OAC del districte i en el Centre Cívic la Sedeta i informació als transports públics. Treballar conjuntament amb els espais d'allotjament, operadors i editors d'informació turística.

Accions:

- Desenvolupar el projecte d'usos turístics dels punts informatius
- Realitzar l'adaptació, les obres i els equipaments
- Posar en marxa l'activitat
- Gestionar l'espai
- Disposar informació turística al transport públic del Districte
- Reunions amb els agents d'allotjament, operadors i editors d'informació turística per transmetre'ls el missatge i objectius del Pla. Buscar complicitats.

Entitats implicades:

- Consorci Turisme de Barcelona
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)
- Equip de districte
- Direcció de Comunicació
- TMB

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017
	Reunions agents		

Sistema de seguiment:

- Elaboració del projecte
- Creació d'un sistema de gestió
- Terminis i pressupostos
- Acompliment dels terminis



Desenvolupament de l'activitat turística

Cultura i Identitat

Desenvolupament de l'activitat turística

Acció.- Posada en valor de la història i la memòria del districte

L'objectiu d'aquesta acció és la posada en valor com a recurs turístic dels elements propis de la història i la memòria dels barris del districte de Gràcia.

- Impulsar iniciatives i productes culturals vinculats amb la personalitat pròpia i la història del districte
- Posar en valor turístic les principals àrees i activitats d'interès històric del districte

Accions:

- Desenvolupar un projecte que contempli la posada en valor turístic de les diferents àrees

Entitats implicades:

- Equip del districte
- Institut de Cultura de Barcelona
- Operadors i institucions culturals
- Operadors turístics
- Associacions i entitats culturals del districte
- Consorci Turisme de Barcelona
Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEiO)

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Elaboració dels projectes
- Nombre i varietat dels actius posats en valor
- Terminis i pressupostos
- Capacitat de generar usuaris i ingressos



Desenvolupament de l'activitat turística

Acció – Rutes memòria històrica

Els elements relacionats amb la memòria històrica de Gràcia identificats en l'Acció 2.1 conformen un gruix d'atractius que permeten una ruta de la memòria històrica de Gràcia amb nombrosos punts d'interès i de visita amb continguts sòlids i un relat interpretatiu atractiu.

Accions:

- Inventari de punts de visita
- Definició de continguts i del relat interpretatiu
- Definició del sistema de gestió de la ruta i dels elements que la conformen (visita exterior/interior, horaris, ens de gestió...)
- Definició del sistema de promoció i comercialització de la ruta

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Institut de Cultura de Barcelona
- Operadors i institucions culturals
- Operadors turístics
- Associacions i entitats culturals del districte
- Consorci Turisme de Barcelona
Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEiO)

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Espais posats en valor
- Creació de la ruta
- Nombre de visites als espais
- Vendes del producte turístic



Desenvolupament de l'activitat turística

Acció.- Posada en valor de la cultura popular

Posar en valor el patrimoni immaterial lligat a la cultura popular, a través de les festes, les tradicions i celebracions que cal potenciar i difondre com a peça clau del calendari festiu dels barris.

Accions:

- Inventari d'actes i esdeveniments
- Caracterització dels mateixos des de diferents punts de vista: època de l'any, durada, actes concrets, enfocament cap al visitant, possibilitat de generar ingressos, entitats organitzadores,
- Priorització en termes d'interès i potencial turístic per al posicionament del districte
- Incorporació a l'agenda turística
- Promoció a través d'app/pàgina web

Entitats implicades:

- Equip de districte
 - Institut de Cultura de Barcelona
 - Associacions i entitats de cultura popular
 - Operadors turístics
- Consorci Turisme de Barcelona
Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Nombre d'actes incorporats a l'agenda
- Nombre de persones que acudeixen als actes



Desenvolupament de l'activitat turística

Acció.- Posada en valor turístic del patrimoni arquitectònic

Posar en valor el patrimoni arquitectònic present en els diferents barris del districte.

Una part d'aquest patrimoni ja ha estat posat en valor com a punts d'interès d'algunes rutes pels barris (Finca San Salvador, Viaducte de Vallcarca,...) però també poden passar a formar part de grans rutes a nivell de ciutat com ara la ruta del modernisme i la ruta del patrimoni arquitectònic i l'arqueologia industrial.

Accions:

- Inventari de punts de visita
- Definició de continguts i del relat interpretatiu
- Definició del sistema de gestió de les rutes i dels elements que la conformen (visita exterior/interior, horaris, ens de gestió...)
- Promoció del patrimoni

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Institut de Cultura de Barcelona
- Àrea Habitat Urbà
- Associacions, organismes i entitats culturals
- Operadors i institucions culturals
- Consorci Turisme de Barcelona
Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Elaboració del projecte
- Calendari de posada en activitat dels diferents actius seleccionats
- Inversions a fer
- Capacitat d'atraure visitants



Desenvolupament de l'activitat turística

Acció.- Posada en valor de la innovació, la creativitat i el disseny

L'objectiu d'aquesta acció és posar en valor els atractius i recursos lligats a la innovació i la nova economia.

- Desenvolupar productes turístics que contemplin la posada en valor de la creativitat, la innovació i l'atracció de talent com atractiu turístic
- Reforçar, proposar i desenvolupar productes turístics que valoritzin els principals recursos patrimonials i activitats lligades a la creativitat, tecnologia, atracció de talent i innovació del districte

Un aspecte de la cultura de Gràcia molt interessant, menys popular i d'aparició més recent que la de l'Acció 2.2, és la innovació en cultura traduïda en residències d'artistes, tallers de co-working i espais de creació cultural, que caldria fomentar o, si més no, donar-los visibilitat per a l'interès mutu entre artistes i creadors i la pròpia gent dels barris i d'altres visitants.

Accions:

- Identificació i inventari de les activitats
- Anàlisi sobre què es vol aconseguir i quins han de ser els continguts i formats adients per portar a terme aquesta iniciativa
- Anàlisi dels aspectes relacionats amb els usos i les qualificacions urbanístiques
- Negociació amb els artistes i creadors
- Suport a creadors i artistes per si volen incorporar-se a aquesta acció
- Eventualment, assessorament per a l'adaptació dels espais per a la visita
- Calendari d'esdeveniments
- Promoció a través d'app/pàgina web

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Creadors i artistes
- Àrea d'Hàbitat Urbà
- Barcelona Activa
- Operadors turístics
- Consorci Turisme de Barcelona
Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Existència de l'inventari d'empreses i creadors
- Existència d'un projecte per a la seva posada en valor turístic
- Nombre d'empreses i creadors adscrits a la iniciativa
- Nombre d'espais incorporats a la iniciativa

Comerç

Desenvolupament de l'activitat turística

Acció.- Posada en valor turístic del comerç

Posar en valor turístic els atractius i recursos lligats al comerç de qualitat i de proximitat amb l'objectiu de redistribuir territorialment la riquesa que el turisme genera.

El turisme esdevé una de les línies d'actuació dels futurs Plans de Comerç de Districte...

Es preveuen accions pel que fa al comerç singular en la línia d'inventariar establiments, classificar segons tipologies (identitat, creatiu, tradicional, artesà, noves tendències, cultural, mercats...), senyalitzar establiments, activar la promoció i difusió del mapa del comerç singular i crear la ruta específica.

Accions:

- Identificar comerços significatius dels barris del districte
- Incloure els recursos que es considerin adients a les diferents classificacions i rutes existents a nivell de ciutat
- Elaborar mapes temàtics per a comerços, restaurants i esdeveniments del districte
- Elaboració dels apartats corresponents tant al web del districte com al web de turisme de l'Ajuntament de Barcelona i Turisme de Barcelona
- Possible creació de productes turístics basats en aquests aspectes diferencials
- Realitzar campanyes de comunicació i promoció dels recursos i campanyes ja existents del Districte: comerç al carrer, nit del comerç...
- Senyalització
- Nou Pla de Comerç

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Direcció de Comerç i Consum
- Associacions i gremis empresarials
- Institucions i associacions locals
- Institut Municipal de Mercats
- Consorci Turisme de Barcelona
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEiO)

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Elaboració dels mapes temàtics
- Nombre i varietat de les accions de promoció i comunicació
- Nombre de materials promocionals repartits
- Nombre de visites i clics generats al web
- Nombre de productes turístics creats
- Capacitat de generar usuaris i ingressos



Sostenibilitat

Desenvolupament de l'activitat turística

Acció.- Posada en valor turístic de la sostenibilitat

El districte de Gràcia presenta dues línies d'actuació en l'apartat de sostenibilitat. Per una banda, actuacions en espais verds amb l'elaboració del mapa de parcs i jardins del districte i posar en valor turístic el Parc de la Creueta del Coll per convertir-lo en un referent de natura del sector nord del districte, a més de punt de trobada i d'inici i final d'itineraris relacionats amb la natura i la sostenibilitat. Per altra banda, actuacions en comerç ecològic amb inventari i classificació d'establiments (bio, km 0, botigues d'aliments a granel, cooperatives de consum...), senyalització i promoció i difusió d'aquest comerç (*Green Map*) amb possibilitat de creació d'una ruta específica.

Accions:

- Inventari d'espais i establiments i creació dels mapes corresponents
- Senyalització d'espais i establiments
- Accions de promoció i difusió
- Creació de rutes pròpies
- Campanyes de foment del reciclatge

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Àrea d'Hàbitat Urbà
- Barcelona Activa
- Operadors turístics
- Consorci Turisme de Barcelona
Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Elaboració del projecte
- Creació de les rutes
- Integració en l'oferta turística de la ciutat
- Nombre de visitants / usuaris
- Capacitat de generar ingressos



Conciliació

Desenvolupament de l'activitat turística

Acció- Park Güell

Posada en marxa del projecte de gestió turística del Park Güell.

Potenciació i l'ordenació dels espais naturals del parc i en l'accessibilitat i el control dels fluxos per mitjà de la senyalització de 5 itineraris d'accés per a vianants des de les 5 estacions de metro més properes.

Accions:

- Posada en marxa del projecte de gestió turística del Park Güell

Entitats implicades:

- B:SM
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)
- Direcció de Mobilitat
- Institut de Cultura
- Operadors turístics privats
- Equip de districte

Calendari d'execució:

2013	2014	2015	2016

Sistema de seguiment:

- Nombre real de turistes
- Millora dels fluxos de turistes i de la congestió dels espais



Desenvolupament de l'activitat turística

Acció.- Regulació d'usos

Actualització del Pla d'Usos de Gràcia

Accions:

- Disseny i aprovació de la revisió del Pla d'Usos

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Àrea d'Hàbitat Urbà

Calendari d'execució:

2013	2014	2015	2016

Nivell de prioritat: Mitjà

Sistema de seguiment:

- Aprovació del pla d'usos consensuat amb els agents del districte



Desenvolupament de l'activitat turística

Acció.- Sensibilització i conciliació

En la línia del turisme responsable, es proposa el desenvolupament d'accions de sensibilització i convivència entre visitants i residents que ajudin, per una banda, a valorar les externalitats positives que genera l'arribada de turistes i, per altra, incidir en la relació entre uns i altres per a la valorització i interpretació de la cultura local per part dels forans (tallers d'explicació, etc.) i crear punts de trobada entre les dues visions del districte (la dels propis residents i la dels forans).

Accions:

- Accions adreçades a apropar el coneixement dels usos i costums del districte als turistes
- Accions adreçades a apropar l'enteniment de les necessitats i expectatives dels turistes a la població local
- Tallers explicatius de la cultura local als visitants
- Incorporar la vessant de respecte i convivència als productes turístics

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Associacions culturals
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)
- Gerència Municipal
- Direcció de Comunicació

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Distribució esforços de pressupost:

Sistema de seguiment:

- Nombre d'accions desenvolupades per any
- Nombre de participants a les accions
- Índex d'acceptació de l'activitat turística per part dels residents



Desenvolupament de l'activitat turística

Acció .Turisme familiar

Al Parc de la Creueta del Coll, s'està definint un projecte previst al PIM per a la creació d'un parc d'aventura pensat per a famílies i nens.

Així mateix, la creació de productes turístics per a famílies, com rutes, recorreguts o visites on s'han de trobar coses i generar interacció entre pares i fills, són també accions que potenciarien l'atractiu del districte per a les famílies amb fills.

Accions:

- Realització de l'inventari d'espais possibles per a activitats d'oci familiar
- Apropament a empreses proveïdores de serveis especialitzades en oci familiar
- Suport per a la creació del catàleg d'empreses i/o d'activitats enfocades a famílies

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Sector privat
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)
- B:SM

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Nombre de productes i d'activitats adreçades a famílies
- Notorietat del districte com a destinació de turisme familiar: premsa, comunicació,...
- Capacitat de generar ingressos



Altres

Desenvolupament de l'activitat turística

Acció.- Inventari d'espais disponibles per a la celebració d'actes i esdeveniments

Barcelona és capdavantera en l'organització d'esdeveniments, congressos i reunions, per la qual cosa compta amb una important oferta d'espais. Tanmateix, per incrementar i diversificar l'oferta d'espais, públics i privats situats als barris i districtes de la ciutat es proposa que cada Districte faci un inventari d'espais disponibles pel coneixement dels diferents operadors de l'àmbit MICE.

Per tant, es proposa fer un inventari d'espais disponibles que permeti posar en valor molts d'ells, i incrementar de forma considerables el seu ús.

Accions:

- Realització de l'inventari d'espais, tant públics com privats
- Realització de les fitxes de cada espai
- Impressió i distribució de les fitxes
- Posada a disposició de les fitxes a través d'internet

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEIO)
- Consorci Turisme de Barcelona

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Existència de l'inventari
- Existència de les fitxes
- Grau d'ús de les instal·lacions



Desenvolupament de l'activitat turística

Acció 2.1.- Projectes amb altres districtes

En aquest sentit, és necessària una col·laboració entre els districtes per coordinar el desenvolupament d'iniciatives, rutes i productes turístics que poden tenir un abast supra-districte, així com la cerca d'oportunitats per aprofitar sinèrgies entre ells per tal de potenciar l'activitat turística.

Accions:

- Participar en el desenvolupament de productes i rutes entre diferents districtes de la ciutat
- Col·laboració per a la generació de materials promocionals com mapes, guies, fulletons, continguts web i aplicacions de mòbils per seguir les rutes o gaudir dels productes i tenir explicacions puntuals
- Inclusió de les rutes i productes als panells, mapes i sistemes d'informació de la ciutat
- *Rutes:*
 - Ruta d'arqueologia industrial
 - Ruta dels espais de creació
 - Ruta dels parcs de la ciutat
 - Ruta dels espais del cinema
 - Ruta de la memòria històrica
 - Ruta del modernisme
 - Ruta dels projectes de sostenibilitat
 - Rutes gastronòmiques
 - Rutes relacionades amb les compres

Entitats implicades:

- Equip de districte
- Equips d'altres districtes
- Àrees de gestió de l'Ajuntament de Barcelona
- Consorci Turisme de Barcelona
Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEiO)

Calendari d'execució:

2014	2015	2016	2017

Sistema de seguiment:

- Nombre de rutes i productes creats
- Nombre i varietat de materials promocionals *off* i *on-line*
- Nombre d'usuaris de les rutes i productes
- Capacitat de generar usuaris i ingressos

