



Ajuntament de Barcelona

Direcció de Promoció Territorial i Turisme



Pla Estratègic de Turisme
de la Ciutat de Barcelona

PLA DE TURISME DE DISTRICTE LES CORTS

Elaborat per:

ROS D&P

ROS Development & Planning S.L

Barcelona, Maig de 2011

ÍNDEX DEL CONTINGUT

pàgina

0. PRESENTACIÓ DEL PLA DE TURISME DE DISTRICTE

5-6

PART I. ANÀLISI I DIAGNOSI

ANÀLISI I DIAGNOSI

1.1. PERFIL GENERAL DEL DISTRICTE	9-18
1.1.1. Història i Evolució	9-11
1.1.2. Perfil Territorial i Urbanístic	12-16
1.1.3. Perfil Econòmic	17-18
1.1.4. Marc Social	18
1.2. ANÀLISI DEL POTENCIAL DELS RECURSOS DEL DISTRICTE PER BARRIS	19-45
1.2.1. Consideracions prèvies	19
1.2.2. Avaluació turística general del Districte i del seus barris	20-21
1.2.3. Conclusions generals sobre el potencial turístic dels barris del Districte	22
1.2.4. Avaluació específica dels recursos per barris i zones d'interès turístic	22-36
1.2.5. Matriu d'avaluació de productes/negocis i recursos turístics del Districte	37
1.2.6. Anàlisi del potencial turístic del Districte per productes/negocis	38-45
1.2.6.1. Visió general	38
1.2.6.2. Turistes allotjats a Barcelona	38-42
1.2.6.3. Excursionistes a Barcelona	43-44
1.2.6.4. Barcelonins	44-45
1.2.6.5. Resum del potencial del Districte per productes / mercats	45
1.3. OFERTA D'ALLOTJAMENT	46-53
1.3.1. Consideracions prèvies	46
1.3.2. Oferta d'allotjament del Districte	46-53
1.3.2.1. Oferta hotelera	46-52
1.3.2.2. Oferta extrahotelera	53
1.4. OFERTA DE RESTAURACIÓ I GASTRONOMIA	54-58
1.4.1. Consideracions generals	54
1.4.2. El Districte de Les Corts	54-58
1.5. COMERÇ I TURISME	59-64
1.5.1. Consideracions generals	59-60
1.5.2. Oferta comercial al Districte de Les Corts	61-64
1.6. OFERTA COMPLEMENTÀRIA	65-71
1.6.1. Espais i equipaments per a reunions	65-67
1.6.2. Equipament per a grans esdeveniments	68
1.6.3. Oferta esportiva	68-69
1.6.4. Centres i activitats culturals	69-70
1.6.5. Zones d'oci nocturn i "entertainment"	70-71
1.6.6. Serveis turístics	71
1.6.7. Oficines d'informació Turística	71
1.7. ESPAI URBÀ	72-77
1.7.1. Seguretat	72-73
1.7.2. Neteja	73-74
1.7.3. Qualitat ambiental acústica: soroll	75-76
1.7.4. Qualitat ambiental atmosfèrica	77
1.8. ACCESIBILITAT I MOBILITAT INTERNA	78-93
1.8.1. Consideracions generals	78-83
1.8.2. Característiques generals d'accessibilitat i mobilitat al Districte	83-84
1.8.3. Accessibilitat i mobilitat als nodes turístics rellevants	85-93

	<i>pàgina</i>
1.9. SENYALITZACIÓ TURÍSTICA	94-99
1.9.1. Consideracions prèvies	94
1.9.2. Estat de situació de la senyalització al Districte	94-99
1.10. ANÀLISI DELS FLUXOS TURÍSTICS DEL DISTRICTE	100-103
1.10.1. Consideracions prèvies	100
1.10.2. Característiques i perfil	100-103
1.10.2.1. Turistes allotjats al Districte	100
1.10.2.2. Visitants al Districte	101-103
1.11. NOTORIETAT I IMATGE	104-107
1.11.1. Consideracions prèvies	104
1.11.2. La imatge turística de Barcelona	105-106
1.11.3. Notorietat i imatge turística al Districte	106-107
1.12. TURISME I COMUNITAT LOCAL	108-111
1.12.1. Consideracions prèvies	108-110
1.12.2. Situació al Districte d'Horta – Guinardó	111
1.13. SÍNTESI I CONCLUSIONS	112-119

PART II. ESTRATÈGIES I LÍNIES D'ACTUACIÓ

2. ESTRATÈGIES DE BASE

2.1. ESTRATÈGIA DE DESENVOLUPAMENT	122-124
2.2. ESTRATÈGIA DE ROL	125-128
2.3. ESTRATÈGIA TERRITORIAL	129-135
2.4. ESTRATÈGIA DE PRODUCTE/ MERCAT	137-157
2.5. ESTRATÈGIA DE POSICIONAMENT	158-165
2.6. ESTRATÈGIA ORGANITZATIVA I PARTICIPATIVA	166-170
2.6.1. Punt de Partida	166
2.6.2. Proposta organitzativa	166-170

3. LÍNIES D'ACTUACIÓ

3.1. ÀMBIT RECURSOS TURÍSTICS	172-176
3.1.1. Consolidar i posar en valor els recursos "motors"	172-174
3.1.2. Potenciació i posada en valor turístic del Recinte de la Maternitat	174-175
3.1.3. Implementació del Pla Especial carrer Europa- carrer Anglesola	175-176
3.2. ÀMBIT ALLOTJAMENT	176-178
3.2.1. Criteris respecte al desenvolupament de l'oferta hotelera	176-177
3.2.2. Vigilància i control dels allotjaments extrahotelers	177
3.2.3. Política del Districte de suport i col·laboració amb el sector hotelier	177-178
3.3. ÀMBIT RESTAURACIÓ I GASTRONOMIA	178-179
3.3.1. Cooperació i promoció de l'oferta	178-179
3.4. ÀMBIT COMERÇ I TURISME	179-181
3.4.1. Potenciació de la col·laboració entre Turisme i Comerç	179-180
3.4.2. Reconeixement de la promoció dels establiments comercials d'interès turístic	180
3.4.3. Sensibilització i Assistència bàsica per als establiments amb potencialitat turística	180
3.4.4. Potenciació de l'Eix Comercial de la Diagonal com a "driver" turístic	180-181
3.5. ÀMBIT OFERTA COMPLEMENTÀRIA	181-182
3.5.1. Incorporació de les entitats generadores de reunions i esdeveniments en la política de promoció turística del Districte	181-182
3.5.2. Els esdeveniments esportius com a mitjà per a promocionar turísticament el Districte	182

3.6. ÀMBIT URBANISME I ESPAI PÚBLIC	183-185
3.6.1. Execució i compliment del Pla i Actuacions Urbanístiques que tenen especial incidència en el desenvolupament turístic	183-184
3.6.2. Política preventiva i pro-activa de manteniment i millora de la qualitat de l'espai públic	184-185
3.7. ÀMBIT ACCESSIBILITAT, MOBILITAT I SENYALITZACIÓ	185-189
3.7.1. Priorització del Metro com a principal via i porta d'accés als nodes turístics	185-186
3.7.2. Potenciació del tramvia alhora com a sistema de transport i com a atracció turística	186
3.7.3. Propostes per a millorar el paper del bus turístic com a dinamitzador de determinades zones o barris del Districte	187
3.7.4. Definició i priorització d'itineraris turístics	187-188
3.7.5. Elaborar i implementar un Pla de Senyalització Turística de Districte	188-189
3.8. ÀMBIT PROMOCIÓ I COMUNICACIÓ TURÍSTICA	189-192
3.8.1. Establiment de mecanismes de coordinació cooperació amb Turisme de Barcelona	189-190
3.8.2. Accions promocionals directes per part del Districte	190-191
3.8.3. Accions de Marketing Intern	191-192
ANNEXOS	
4.1. AGRÀÏMENTS	193
4.2. BIBLIOGRAFIA DE REFERÈNCIA	194

0. PRESENTACIÓ DEL PLA DE TURISME DEL DISTRICTE DE LES CORTS

Els Plans de Turisme de Districte estan concebuts com a eines per a planificar el desenvolupament turístic de la ciutat de forma descentralitzada, el que han de permetre a la unitat de gestió –el Districte- tenir una base sòlida i objectiva per definir el posicionament turístic dels seus barris i plantejar estratègies i propostes de forma coherent amb la resta d'actuacions municipals, tant a nivell de Districte com en el marc de la política turística general de la ciutat, amb el propòsit d'implicar els barris i Districtes en la dinàmica turística de la ciutat.

Els Plans de Turisme de Districte tenen el seu origen en el *Pla Estratègic de Turisme de Barcelona 2015*, que proposa un Model turístic sostenible i equilibrat, en el qual els factors territorials són fonamentals. Tal com aquest Pla va posar de relleu, és prioritària una política de desconcentració del turisme, ja que un dels desequilibris més evidents i perillosos del “boom” turístic de Barcelona és l'excessiva polarització de l'activitat turística a determinades zones, amb el consegüent perill de pèrdua de qualitat de l'experiència turística (massificació, banalització, problemes ambientals, etc) i de pèrdua de qualitat de vida (amb el corresponent rebuig) per part dels residents, mentre que en altres zones o barris, malgrat les seves evidents potencialitats, l'activitat turística és nul·la o molt minsa, desaprofitant-se, per tant, una oportunitat de revitalització econòmica, urbanística i social d'aquestes zones.

En el Pla de Turisme de Barcelona 2015, entre els 10 grans reptes que ha d'afrontar turísticament la ciutat, els que fan referència a la *Desconcentració* (“*Destinació Barcelona*”, “*De les icones tradicionals a les noves icones*”, “*De les icones al barri*”) tenen un especial relleu, i per tant es proposen línies d'actuació en un doble sentit: unes, ampliant territorialment el concepte de “Destinació Barcelona” cap a l'Àrea Metropolitana, altres en actuacions d'esponjament i reequilibri turístic dintre del propi municipi.

Per altre banda, també es va posar de manifest que era necessari afrontar els dèficits o “gaps” que es donaven en l'àmbit de la “*Governança*” del turisme i que dintre d'aquest àmbit, els Districtes, com a unitat administrativa descentralitzada de planificació i gestió municipal, havien de tenir també un paper important, paper que fins al moment en la majoria dels Districtes havia quedat en un pla secundari.

Per a donar resposta als reptes esmentats, el Pla Estratègic de Turisme de Barcelona va formular una sèrie de Propostes Estratègiques en referència al tema que ens ocupa i que es varen concretar en els següents Programes i Actuacions:

- **Programa 02. Barris i Districtes.** Que té com a objectiu implicar-los en la dinàmica turística de la ciutat, amb la visió de *treballar “en el territori i pel territori”*, convertint els *Districtes en subjecte turístic i els barris en objecte turístic*. Aquest Programa es concreta en dues Actuacions:
 - *0201 La Barcelona dels barris.* Tracta d'aconseguir que el “barri” entès com a un espai urbà amb identitat pròpia, esdevingui objecte turístic (“marca” i productes amb atractivitat turística) amb una triple finalitat: facilitar l'equilibri territorial dels fluxos de

turistes, diversificar la oferta (amb nous productes i experiències) de la ciutat i facilitar la “capil·larització” dels beneficis del turisme per tot el teixit urbà, implicant als agents econòmics i socials de cada barri o territori.

- *0202 Planificació i Gestió del Turisme*. Té com a objectiu aconseguir que els Districtes incorporin el “vector turisme”, en tant que realitat transversal, en els diversos contextos de presa de decisions.

El Pla de Turisme del Districte de Les Corts constitueix un primer pas en aquesta direcció, ja que ha estat escollit com a “*Pla Pilot*”, atenent tant a la potencialitat dels seus recursos com a la visió i voluntat política del Districte de desenvolupar el turisme com a mitjà per a la millora econòmica i social dels seus barris i perquè és també una fita important per al desenvolupament turístic de la ciutat, ja que aquesta experiència nova ha de servir de guia i orientació per a l’elaboració de la resta de Plans de Turisme de Districte previstos pels propers mesos.

PART I. ANÀLISI I DIAGNOSI

1. ANÀLISI I DIAGNOSI

1.1. PERFIL GENERAL DEL DISTRICTE

1.1.1. Història i Evolució

- El Districte de Les Corts té el seu origen en l'antic poble del mateix nom, a la part occidental del pla de Barcelona, una zona rural amb terra fèrtil que ocupava aproximadament el territori entre la riera de Magòria i la riera Blanca.
- Hi ha indicis d'ocupació humana en aquesta àrea que es remunten a les èpoques ibèrica i romana. La tradició agrària de la zona es fa patent en l'existència d'algunes vil·les romanes en el territori on avui en dia s'estén el districte de Les Corts. Durant l'edat mitjana, alguns masos es van fortificar, com la masia Torre Rodona, que actualment encara es conserva i que pren el seu nom de la torre de defensa que s'hi va afegir a l'època dels raids àrabs de finals del segle X.



Torre Rodona (1927)

Fins a principis dels segle XX Les Corts va ser un poble amb caràcter eminentment camperol que comptava amb nombroses cases de pagès al seu territori, l'actual masia del Barça és una de les tres que s'hi han preservat i segurament l'exemple més conegut.

Bona part d'aquestes masies es trobaven al voltant d'un torrent que transcorria per l'actual carrer de Les Corts, una zona coneguda com Les Corts Velles. Una il·lustració contemporània del fort caràcter rural de Les Corts és l'escultura naturalista de mida natural que representa un pagès i que podem trobar davant l'antic ajuntament de Les Corts.



Can Rosés (1950)

- El territori de Les Corts pertanyia a l'antic municipi de Sarrià i el poble era conegut com Les Corts de Sarrià, fins que, el 1836, es va produir la separació de Sarrià i la seva constitució com a municipi independent



Església del Remei al fons.
Inici segle XX

A la dècada del 1840 va obtenir també la seva pròpia parròquia, amb l'església del Remei, ja que fins llavors havia dependut eclesiàsticament dependent de l'església de Sant Vicenç de Sarrià.

- Les Corts va mantenir la seva independència per poc temps, ja que el 1897 en virtut d'un Decret Reial d'Agregació i en contra de la voluntat dels seus habitants, va ser annexionat per Barcelona juntament amb altres pobles del pla de Barcelona, com Gràcia, Sant Martí de Provençals, Sant Andreu de Palomar i Santa Maria de Sants.
- Posteriorment el poble va créixer cap a la Carretera de Sarrià formant un eixample. També a finals del segle XIX i principis del XX a Les Corts s'hi van construir diverses instal·lacions que donaven servei a la ciutat de Barcelona, com la casa de la Maternitat, un dels conjunts més emblemàtics del Districte, el Frenopàtic, L'Hospital Infantil Sant Joan de Déu i diversos asils.

Les Corts va preservar el seu caràcter rural fins relativament tard, però, com en altres indrets del pla de Barcelona, el procés d'industrialització i urbanització va acabar transformant l'aspecte i el caràcter del barri durant el segle XX. La instal·lació de diverses bòbiles i fàbriques de productes químics a Les Corts va venir també acompanyada de la construcció de colònies d'obriers, dels quals la Colònia Castells n'és un clar exemple.



Colònia Castells



Avinguda Diagonal (1928)

Aquesta primera onada urbanitzadora es va concentrar entorn de Les Corts Velles, mentre la zona al voltant de l'Avinguda Diagonal, gran artèria urbana que es va obrir el 1924, es va mantenir sense urbanitzar fins a mitjans del segle XX, quan s'hi van començar a construir nombrosos edificis d'oficines i comercials.

- Les Corts també va créixer en direcció a l'Hospitalet de Llobregat, en un primer moment amb el desenvolupament de colònies obreres, com les cases del Carrer Comte de Güell. A la segona meitat del segle XX, la celebració del Congrés Eucarístic va acabar de donar un impuls a la urbanització de la zona de la Plaça Pius XII.

Entre el 1950 i el 1975 també es van construir les instal·lacions del F.C. Barcelona i el campus de la Universitat de Barcelona, que ocupen una porció significativa del territori del Districte.



Camp Nou en construcció (1956)

- Si parlem de la història del Districte de Les Corts no podem deixar de parlar d'un barri - Pedralbes- que tot i haver estat històricament més vinculat a Sarrià, va passar a formar part del Districte de Les Corts (als anys 80) a conseqüència de l'ordenació en districtes de Barcelona.
- El barri de Pedralbes, que ocupa tota la porció del Districte de les Corts que queda entre l'Avinguda Diagonal i Collserola, i pren el seu nom de les roques de color clar que es trobaven a l'indret. Pedralbes va romandre durant segles i fins ben entrat el segle XX, com una zona poc urbanitzada. Algunes famílies adinerades de Barcelona hi tenien les seves finques, com va ser el cas d'Eusebi Güell, conegut per haver estat el mecenes d'Antoni Gaudí, i Manuel Girona, important banquer barceloní del segle XIX.



Monestir de Pedralbes al fons (1930)

El Pedralbes històric estava centrat al voltant del monestir, fundat el 1327 per la Reina Elisenda de Montcada, i del qual depenien els masos dels voltants. Gràcies a la seva bona preservació, el Monestir de Pedralbes és, avui en dia, un dels punts d'interès turístic més significatius del Districte.

- Tot i que també s'hi ha produït un procés d'urbanització notable durant la segona meitat del segle XX, Pedralbes s'ha mantingut fins a l'actualitat com un dels barris residencials amb menys densitat d'edificació i un més alt nivell de renda de la Ciutat.

1.1.2. Perfil Territorial i Urbanístic

- El Districte de Les Corts cobreix el sector més sud-occidental de la ciutat de Barcelona i limita a l'oest amb l'Hospitalet de Llobregat, Esplugues de Llobregat i Sant Just Desvern, a l'est amb el Districte de Sarrià - Sant Gervasi i pel cantó mar, amb Sants i l'Eixample.
- El Districte, com la resta del pla de Barcelona, té una lleugera inclinació en direcció al mar. Aquesta pendent es fa més evident a mesura que ens apropem a la falda de Collserola, així doncs, a la part superior del barri de Pedralbes el desnivell dels seus carrers és pronunciat i visible a simple vista.
- És una de les principals portes d'entrada a la Ciutat i la més atractiva i emblemàtica, essent l'Avinguda Diagonal l'element d'estructuració urbanística més determinant del Districte.
- El Districte de Les Corts es divideix en tres barris: 1) Les Corts, 2) La Maternitat i Sant Ramon i 3) Pedralbes.
- Aquests tres barris estan delimitats per dos eixos viaris importants:
 - *L'avinguda Diagonal*, que separa el barri de Pedralbes (eminentment residencial d'alt standing i universitari) de la resta del Districte.
 - *La Gran Via de Carles III*, que separa l'antic barri de les Corts centrat al voltant de l'església del Remei i la plaça de la Concòrdia, del barri de la Maternitat i Sant Ramon on hi trobem bàsicament equipaments i edificis d'ús públic no residencials, com el Camp Nou, la Maternitat i el campus Sud de la Universitat de Barcelona.
- Les Corts partia d'una situació en què bona part del seu territori estava ocupat per masies i cases aïllades, sense que existís un nucli urbà potent. El poble tenia una orientació clarament agrària i tot i la proximitat de Barcelona, no es va urbanitzar fins a un període relativament tardà.

El creixement urbà que va començar a prendre embranzida a finals del segle XIX i començament del XX i que va marcar l'estructura urbana de Les Corts, va venir de la mà de la industrialització i la instal·lació de diverses fàbriques i les respectives colònies obreres al seu territori. Aquesta primera expansió urbana es va centrar sobretot en la zona al voltant de l'actual Travessera de les Corts. El poble anava prenent així, una forma lleugerament allargada, partint de l'església del Remei i prolongant-se en direcció a l'est.
- Tot i això, una part considerable del Districte no es va urbanitzar fins ben entrat el segle XX, essent primer l'obertura de l'Avinguda Diagonal, als anys 20, i posteriorment la Gran Via de Carles III, a partir dels anys 60, els desencadenants d'aquest procés accelerat d'urbanització, juntament amb la consolidació de la Diagonal com a Gran Eix Comercial i de Negocis. A partir de 1950 la revalorització del sòl i les creixents necessitats d'habitatge a Barcelona, van suposar que

la majoria de terrenys de Les Corts s'anessin edificant progressivament i que les antigues masies i les primeres colònies obreres, constituïdes en la seva majoria per casetes d'alçada reduïda, quedessin envoltades de blocs de pisos. A més, la disponibilitat de terrenys va fer que al Districte s'hi construïssin molts dels equipaments que el creixement de Barcelona demandava, com és el cas del campus de la Universitat de Barcelona, la Universitat Politècnica de Catalunya i les instal·lacions del FC Barcelona.

- Com en d'altres aspectes, el *barri de Pedralbes* ha tingut una evolució urbana deslligada de la de la resta del Districte i ha mantingut una urbanització menys densa, tot i que la major part del seu territori ha estat ja edificada, amb predomini de l'habitatge d'alt – standing.
- Tot aquest procés d'urbanització ha estat acompanyat d'una important dotació d'infraestructures de transport, essent avui en dia un Districte molt ben comunicat i accessible per metro (L3 i L5), tramvia i bus. L'entrada en servei de la L9, amb diverses estacions al Districte, millorarà aquesta accessibilitat. El fet de disposar de grans avingudes i vies ràpides que el comuniquen amb el centre de la Ciutat i a les seves principals portes d'entrada: Aeroport, Estació Central de Sants, etc., també li donen una situació privilegiada en aquest aspecte.
- Per altra banda, el cobriment de gran part de la Gran Via de Carles III (Primer Cinturó de Ronda) transformant-la en una Rambla, ha significat una important millora de la qualitat de vida al Districte (fums, soroll) i, sobretot, per a la seva articulació urbanística, ja que ha deixat de ser un element de separació i s'ha convertit en un espai urbà de trobada i relació (Rambla).
- Avui en dia podem considerar, en termes generals, que urbanísticament el Districte està “acabat”, en el sentit de que no s'hi preveuen grans actuacions, amb les següents excepcions:
 - *El Projecte del FC Barcelona*, que després de moltes polèmiques i alternatives està aturat i encara sense definir, tant el seu mix d'usos com el seu lay-out. Per la seva magnitud, i en funció del que es decideixi, haurà de tenir un gran impacte al barri de La Maternitat i Sant Ramon. Evidentment, també en funció del que es proposi, tindrà un gran impacte en la capacitat d'atreure visitants i turistes.
 - El projecte de *transformació de la zona de Can Rigal* (tocant L'Hospitalet) en Parc Metropolità.
 - *El Pla Carrer Europa - Anglesola*, en procés d'execució, potser és el projecte de més transcendència urbanística, comercial i turística. Afecta als terrenys que hi ha entre l'Illa Diagonal i el Nucli Antic de Les Corts. Aquest projecte permetrà vincular el potent Eix Comercial de la Diagonal amb la part de major interès del Nucli Antic (al voltant de la plaça de la Concòrdia) articulant un nou eix comercial que, a més de dinamitzar el nucli antic, permetrà una millor connexió entre l'Eix Comercial de la Diagonal i l'Eix Comercial

de Sants – Les Corts. El Pla incorpora a més d'usos comercials, habitatges, equipaments socials (CSS) i escola bressol.

- *La Travessera de Les Corts*, és una via ràpida, però poc atractiva des del punt de vista comercial, cívic i turístic. Hi ha un projecte de remodelació que consistiria en eixamplar les voreres. Fins ara només s'ha fet en un petit tram entre la Plaça del Dr. Barraquer i el Carrer Entença.
- *L'Avinguda de Madrid i la Plaça del Centre* que fan de frontera entre Les Corts i Sants, actualment és una via ràpida urbana, poc atractiva comercialment i turísticament. El projecte de remodelació, amb eixamplament de voreres, etc., permetrà que passi a ser un element d'articulació urbana, comercial i cívica entre els dos Districtes.
- *L'arribada de la L9 del metro*, que tindrà diverses estacions al Districte, encara millorarà més la connectivitat del Districte amb la resta de la Ciutat i amb les seves principals portes d'entrada.

BARRIS DEL DISTRICTE DE LES CORTS



La situació urbanística als diferents barris del Districte és la següent:

Les Corts



El barri correspon a la zona més central i antiga de l'antic municipi de Les Corts. Presenta un paisatge urbà força heterogeni, amb combinació d'edificacions que provenen de les primeres urbanitzacions vuitcentistes i noucentistes, juntament amb d'altres de nova construcció.

- A llevant del barri (limitant amb l'Avinguda de Sarrià i Avinguda Tarradellas) hi al sector conegut com a *Camp de la Creu – Loreto* que rep el seu nom de la creu de terme i del convent de les monges franceses de Loreto que hi havia en aquest indret. Durant la dècada dels anys setanta del segle XIX es van obrir els principals carrers i la Plaça del Carme, situada a l'eix central d'aquesta popular barriada. A finals de segle s'hi van instal·lar diverses indústries, com la fàbrica Castells i la seva colònia obrera, actualment en procés de remodelació. És un barri que combina els usos residencials, comercials, hotelers i de serveis.
- Les places de Can Rosés, de la Concòrdia i de Comas, situades al llarg dels eixos vertebradors transversals, són el “*cor de l'Antic Nucli*”, per damunt de la Travessera de Les Corts. La part més alta d'aquest sector ha estat íntegrament ocupada per nous desenvolupaments residencials i sobretot terciaris (oficines i centres comercials a ambdós cantons de la Diagonal. L'actuació urbanística més rellevant és el “*Pla Carrer Europa – Anglesola*”, que permetrà una millor vinculació entre la Diagonal i el Nucli Antic.
- Finalment, el sector de *Can Novell - Plaça del Centre i Can Sol de Baix*, entre la Travessera i l'Avinguda de Madrid, comprèn majoritàriament zones d'urbanització força recent, com la dels terrenys on (entre els anys 20 i 60 del segle XX) s'ubicava el camp del FC Barcelona. Antigament pivotava sobre l'eix vertical del Carrer Vallespir, que facilitava l'accés dels habitants de Les Corts al tren de Sants.

La Maternitat i Sant Ramon

Aquest barri es caracteritza per destinar una part considerable del seu sòl a grans equipaments per a la ciutat: esportius i universitaris.

- El sector central del barri acull tres grans equipaments: les instal·lacions del FC Barcelona, el cementiri històric de Les Corts (amb el modern tanatori adjunt) i el complex patrimonial de la Maternitat, avui destinat primordialment a oficines i serveis i zona verda.



- Des del punt de vista urbanístic el fet més rellevant és el Pla del FC Barcelona, pendent de definir i que com hem assenyalat abans, ha de tenir una gran transcendència.
- A banda i banda de tot aquest conjunt es disposen les dues zones residencials: Sant Ramon i l'entorn de Torre Melina a ponent, a tocar del terme de l'Hospitalet, i l'entorn de la Maternitat i Can Bacardí a llevant.
- A l'extrem occidental del barri, entre Sant Ramon i la Diagonal, hi ha una altra gran bloc d'equipaments integrada entre d'altres, pel *Campus Universitari Sud* i el *Parc Científic* i el *Club de Polo* i el Complex format pel *Palau de Congressos de Catalunya* i *Hotel Juan Carlos I*.

Pedralbes



És un barri que té el seu origen en el monestir que fundà la Reina Elisenda el segle XIV, i que per raons geogràfiques ha estat històricament més vinculat a Sarrià, si bé des dels anys 80 forma part del Districte de les Corts.

Es desenvolupà urbanísticament durant la segona meitat del segle XX, podriem dir que, avui en dia està “acabat”.

- Pedralbes és la zona residencial de més alt – standing de Barcelona, amb grans mansions -antigues i noves- envoltades de jardins, com en l'entorn de l'Avinguda Pearson i del Parc de l'Oreneta, o blocs aïllats, com en els entorns de l'avinguda de Pedralbes i de la carretera d'Espugues.
- El barri inclou, en el seu extrem occidental, el conjunt o petit barri obrer de La Mercè, construït l'any 1946 per l'Institut Nacional de la Vivienda que hi edificà 123 habitatges protegits que l'any 1981 passaren al patrimoni social urbà. Degut a la seva situació perifèrica i de fortes pendents, és molt poc conegut.
- El barri inclou el gran Parc Cervantes, la caserna del Bruc, els jardins i el Palau Reial de Pedralbes, així com el Campus Nord de la Zona Universitària. També cal destacar la finca Güell, de Gaudí, amb el conegut drac en el forjat de la seva entrada. En l'extrem oriental, entre l'avinguda de Pedralbes i la Ronda del Mig, hi ha el sector residencial de la Font dels Ocellets - Santa Gemma.
- La Ronda del Mig el creua per la seva part superior, però l'efecte “barrera” queda atenuat ja que en gran part està soterrada.
- El projecte de futur més rellevant per al barri és l'arribada de la L9 del metro i en un futur més llunyà, la prolongació de la L6 de FGC i la L3 del metro que es trobarien a la proximitat del Parc Cervantes i Sant Joan de Déu, on es crearia una estació intermodal que canviaria totalment la situació d'un cert aïllament d'aquesta part del barri que limita amb Espugues.

1.1.3. Perfil Econòmic

- L'economia del Districte de les Corts es basa principalment en el sector dels serveis. Les Corts forma part, juntament amb Sarrià – Sant Gervasi i l'Eixample, de l'Àrea central de negocis de la ciutat, entorn d'una zona amb intensa activitat empresarial / professional i comercial, que gravita a la Diagonal. Inclou oficines de grans empreses multinacionals, hotels de quatre i cinc estrelles de cadenes internacionals, grans magatzems i centres comercials.
- Els serveis intensius en coneixement tenen un pes molt significatiu, gràcies a la important dotació d'equipaments educatius (Campus Universitaris amb reconeixement internacional). Els serveis a les empreses és una altre àmbit clau de Les Corts, ja que disposa de la superfície més extensa de Barcelona destinada al sector de la informàtica (18%) i a la R+D (15%), també destaquen els equipaments i serveis esportius de primer nivell, capaços de generar per ells mateixos un gran flux de visitants.

Distribució de l'activitat empresarial al Districte



Font: Mesura de Govern. Desenvolupament econòmic de proximitat a Barcelona.
2010. Ajuntament de Barcelona

- Entre les empreses i entitats més importants que són presents a Les Corts, hi tenim:
 - Esports: FC. Barcelona, RACC, Tennis Barcelona, Club Polo
 - Comercial: El Corte Inglés, l'Illa Diagonal
 - Hotels i centres convencions: Princesa Sofia, Juan Carlos I, Hilton, NH, Palau de Congressos de Catalunya
 - Oficines: La Caixa, Edificis Trade
 - Educatiu: UB, UPC, Esade, IESE
- L'activitat econòmica dominant a Les Corts no només és plenament compatible amb l'activitat turística, sinó que podria esdevenir-ne un important complement i un generador de fluxos turístics addicionals cap a aquesta part de la ciutat.

- Les activitats professionals, esportives i acadèmiques que es desenvolupen al Districte tenen, per si mateixes, una gran capacitat d'atracció, fins i tot a nivell internacional. A més, el Districte compta amb establiments de restauració i hotelers capaços de retenir i donar serveis a aquests visitants.

Per exemple, els establiments hotelers situats a la Diagonal i carrers adjacents atrauen viatgers de negocis, que tot i comptar amb un temps lliure limitat, podria estar interessat en conèixer els actius turístics, comercials i d'oci que es troben a la rodalia del seu hotel.

1.1.4. Marc Social

- Les Corts és el Districte amb menys població de Barcelona. Amb 83.060 habitants concentra el voltant del 5 % de la població total de la ciutat i és el que menys increment de la seva població ha registrat, principalment a causa de la manca de nous espais per a habitatges (situació que podria canviar amb el Projecte urbanístic del Barça). És un Districte amb una important activitat econòmica, concentrant el 8,9% dels llocs de treball de la ciutat (81.225 en termes absoluts). La proporció de població estrangera (11,8%) és menor que la mitjana de la ciutat, situació que comparteix amb el veí districte de Sarrià- St. Gervasi.
- Les Corts és un Districte amb unes dades socioeconòmiques molt favorables en comparació amb la mitjana de la ciutat. Respecte als indicadors educatius, el col·lectiu de llicenciats universitaris supera la mitjana en 3,3 punts i la població sense estudis és menor a la mitjana en 2,2 punts. A més, Les Corts disposa dels millors nivells de rendiment escolar de tota la ciutat.

Per altra banda i pel que fa a la renda familiar disponible, Les Corts és el segon districte (després de Sarrià – St. Gervasi) en tenir millor índex, superant la mitjana en 40 punts (40%).

Comparatiu dades socioeconòmiques del Districte per barris

BARRIS	POBLACIÓ	DENSITAT (Hab/m ²)	ESTRANGERS (%)	ENVELLIMENT (%)	RENDA FAMILIAR
LES CORTS	47.549	33.639	10,7	52,2	131,7
MATERNITAT I S. RAMON	23.897	12.552	11,5	49,9	129,8
PEDRALBES	11.528	4.263	16,6	52,1	194,7
DISTRICTE	83.060	13.794	11,8	51,6	140,0

Font: Ajuntament de Barcelona

- Per barris, veiem que no hi ha diferències importants entre Les Corts i la Maternitat i Sant Ramon. Aquests dos barris concentren la major part de la població del Districte (més del 55% viu a Les Corts) i si bé, superen la mitjana de la ciutat respecte al nivell de renda familiar, els indicadors són més baixos en comparació amb el barri de Pedralbes, que, com s'ha comentat anteriorment, és el barri de més alt – standing de la ciutat.

1.2. ANÀLISI DEL POTENCIAL DELS RECURSOS PER BARRIS

1.2.1. Consideracions prèvies

- Entenem per *recurs turístic* tot element (tangible o intangible) susceptible de motivar un desplaçament o visita turística. En definitiva, els recursos són la “matèria primera” bruta sobre la qual opera el turisme i justifica la seva raó d’èsser.
- Disposar de recursos turístics és *condició “necessària però no suficient”* per a atreure visitants. És precís transformar aquests recursos en “productes” susceptibles de ser consumits, i això s’aconsegueix posant en valor els recursos i dotant-los de serveis, equipaments i infraestructures de manera que justifiquin la visita i puguin obtenir-ne una experiència gratificant i satisfactòria.
- Entenem per *potencial turístic* d’un recurs la seva capacitat d’atracció per al desenvolupament d’un determinat producte/negoci turístic, el qual ve definit per la motivació principal del desplaçament.
- En aquest capítol s’analitzarà en primer lloc el potencial turístic genèric dels diversos barris del Districte per identificar les zones de major interès des del punt de vista turístic, i concentrarem la nostra atenció. Després es farà una valoració dels recursos turístics en funció de cadascun dels tipus de turisme possibles, tenint en compte tant la seva situació actual, com el seu potencial, tot avaluant el grau d’aprofitament actual i les deficiències que actuen com a condicionants o barreres per al seu aprofitament i desenvolupament òptim (per exemple: accessibilitat, equipaments turístics, serveis, etc.).

La valoració del potencial dels recursos es basarà en un enfocament centrat en les següents visions:

- *Des de la visió del sistema turístic del Districte:* dintre de cada Districte es delimiten les zones i/o barris amb potencialitat turística, és a dir que tinguin recursos (tangibles i intangibles) amb capacitat d’atracció suficient com per a motivar i justificar la seva visita, considerant el rol que ocupa i podria ocupar en relació amb la resta de recursos del mateix Districte, zona i/o barri.
- *Des del punt de vista del sistema turístic de la “Destinació Barcelona”,* és a dir tenint en compte la relació amb altres recursos ubicats fora dels límits territorials dels districtes, però als quals es poden vincular tant físicament com conceptual.
- *Des del punt de vista dels productes / negocis turístics.* No té sentit parlar de “potencial d’un recurs” en termes genèrics, sinó que cal parlar del potencial específic per al desenvolupament d’un determinat producte/mercat turístic, ja que les necessitats, motivacions i claus d’èxit de cadascun són molt diferents entre si.

1.2.2. Avaluació turística general del districte i el seus barris

- És evident que no tots els barris del Districte tenen la mateixa potencialitat turística i, per tant, des del punt de vista pràctic de la planificació estratègica, farem una primera avaluació del potencial de cadascun d'ells per després poder concentrar l'anàlisi en aquells barris o zones que realment poden actuar com a centres o "nodos d'interès turístic".
- Això no vol dir que els barris o zones que tenen un baix potencial des del punt de vista estratègic, no tinguin elements d'interès turístic, sinó que, per una sèrie de raons i condicionants (falta de massa crítica amb altres recursos, manca de connectivitat, difícil accessibilitat, etc.), no creiem que puguin jugar a mitjà termini un rol rellevant en l'estratègia de desenvolupament turístic del Districte.

BARRI	ZONES I RECURSOS RELLEVANTS	CONDICIONANTS
PEDRALBES	En conjunt el barri té una Alta potencialitat turística amb les següents zones rellevants:	
<i>Potencial turístic:</i> Alt	El node del Monestir de Pedralbes i entorn té recursos d'alta potencialitat: <ul style="list-style-type: none"> • Monestir i Recinte • L'Església Sta. M^a la Reina • Entorn urbà: arquitectura i jardins 	<ul style="list-style-type: none"> • Accessibilitat relativament bona: des de Sarrià i parada Bus Turístic • Però: dificultat de vinculació amb la resta de recursos del Districte. • Proximitat al Parc de l'Oreneta (Districte Sarrià)
<i>Potencial turístic:</i> Baix <i>Potencial lleure pels barcelonins:</i> Alt	Parc Collserola i Carretera de les Aigües <ul style="list-style-type: none"> • Vistes panoràmiques i esport/ salut 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificil accés des del Districte • Orientat al lleure dels barcelonins
<i>Potencial turístic:</i> Alt <i>Potencial lleure pels barcelonins:</i> Alt	Eix Diagonal- Cantó Muntanya. Element de connexió atractiu que vincula diversos recursos. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Parc Cervantes:</i> Destaca per les seves vistes i el roserar. • <i>Campus Nord: UPC i UB.</i> El seu interès ve donat per les activitats científic - universitàries i l'arquitectura • <i>Conjunt del Palau Reial i entorn:</i> És el més rellevant turísticament. Inclou els jardins, el Palau i els seus museus i les cavallerisses de Gaudí (Finca Güell). • L'Avinguda Diagonal des de la Pl. Pius XII fins a Avinguda Sarrià. Pel seu entorn atractiu i la seva arquitectura contemporània. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicació una mica excèntrica • Ben comunicat (metro, bus turístic, bus) • Ben comunicada però falta animació i activitat comercial.

BARRI	ZONES I RECURSOS RELLEVANTS	CONDICIONANTS
LA MATERNITAT I SANT RAMON	El barri considerat globalment té una Alta potencialitat turística, configurant-se les següents zones rellevants	<ul style="list-style-type: none"> • Ben comunicat (metro, bus, tramvia, bus turístic, etc.)
Potencial turístic: Alt Potencial lleure pels barcelonins : Baix	Palau de Congressos de Catalunya i Hotel Juan Carlos I	
Potencial turístic: Mitjà Potencial lleure pels barcelonins: Baix	El Campus Sud: UB i UPC i Parc Científic. <ul style="list-style-type: none"> • Interès derivat per les seves activitats especialitzades i per l'arquitectura del campus. 	
Potencial turístic: Excepcional Potencial lleure pels barcelonins: Alt	FC Barcelona i entorn (museu, etc) <ul style="list-style-type: none"> • Es un recurs turístic i de lleure d'altíssim potencial, de tal forma que ja és un dels "highlights" turístics de visita obligada Recinte Maternitat <ul style="list-style-type: none"> • Conjunt patrimonial d'alt potencial pel turisme i el lleure. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manca definir el que ha de ser el Futur Pla Barça • El recinte de la Maternitat és encara poc conegut i promocionat. Per la seva proximitat podria vincular-se fàcilment amb el motor turístic que és FC Barcelona i entorn.
LES CORTS	Globalment el potencial turístic del barri podríem qualificar-lo de Mitjà , diferenciant-se diverses zones	
Potencial turístic: Alt	Eix comercial Avinguda Diagonal des de Pius XII fins a Entença: El Corte Inglés, Pedralbes Centre i l'Illa Diagonal <ul style="list-style-type: none"> • És una de les àrees més dinàmiques de compres (tant per a turistes com per a barcelonins) de la Ciutat, reforçada amb establiments hotelers i de restauració i centres de negocis, amb forta capacitat d'atracció. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ben comunicada (Diagonal, tramvia, metro, bus). Manca parada bus turístic
Potencial turístic: Baix Potencial lleure pels barcelonins: Mitjà	Nucli Antic de Les Corts <ul style="list-style-type: none"> • Aglutinat al voltant de la Plaça Concòrdia. • Atractiu però sense elements singulars. 	<ul style="list-style-type: none"> • Està molt proper al potent Eix comercial de la Diagonal, però el seu urbanisme no en facilita la vinculació. El projecte de l'Eix C/ Europa – c/Anglesola podria resoldre aquest problema. • Oferta i teixit comercial dèbil
Potencial turístic: Baix	Eix comercial Sants – Les Corts <ul style="list-style-type: none"> • Carrer Galileu, Vallespir i Joan Güell. Animat i dinàmic però de limitat atractiu turístic. 	
Potencial turístic: Mitjà	Zona carrer Loreto- Avinguda J. Tarradellas <ul style="list-style-type: none"> • Degut a una concentració d'oferta hotelera, restauració i lleure, té un potencial turístic mitjà, centrat en el turisme de negocis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona més vinculada a l'Eixample.

1.2.3. Conclusions generals sobre el potencial turístic dels barris del districte

Al Districte es configuren **tres zones turístiques amb Alt potencial** que actuen com a elements nodals:

- *Al barri de Pedralbes:*
 - El Palau Reial i entorn
- *Al barri de La Maternitat i Sant Ramon:*
 - L'entorn de les instal·lacions del FB Barcelona i el Recinte de la Maternitat
- *Al barri de Les Corts:*
 - L'Eix comercial de l'Avinguda. Diagonal (vessant mar) entre Plaça Maria Cristina – carrer Entença.

Es configuren **altres zones**, també amb potencial, però de **segon nivell**, que són:

- *Al barri de Pedralbes:*
 - El Monestir de Pedralbes i entorn, més vinculat funcionalment amb Sarrià
 - l'Eix Diagonal Muntanya destacant el Parc Cervantes i Campus Nord
- *Al Barri de La Maternitat i Sant Ramon:*
 - El Palau de Congressos de Catalunya i Hotel Juan Carlos I
 - El Campus Sud i Parc Científic
- *Al barri de Les Corts:*
 - El Nucli Antic
 - L'Eix comercial Sants- Les Corts
 - Nucli del carrer Loreto- Avinguda Josep Tarradellas

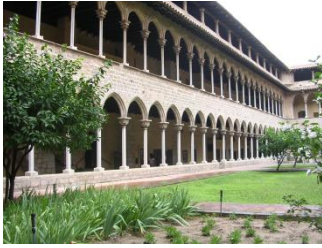
1.2.4. Avaluació específica dels recursos per barris i zones d'interès turístic

PEDRALBES



Delimitació barri Pedralbes

El barri de Pedralbes és fonamentalment residencial, destaca el seu caràcter benestant i tranquil. Compta amb les següents zones i recursos turístics rellevants:



Claustre i jardí del Monestir de Pedralbes

Monestir de Pedralbes i entorn

Ens referim a un conjunt de recursos molt propers entre si i fàcilment vinculables, dels qual el Monestir de Pedralbes és l'element central i més emblemàtic.

El Seu potencial és *Alt* per:

- Touring urbà independent (turistes i excursionistes)
- Turisme cultural en sentit estricta (turistes i excursionistes)
- Lleure cultural pels barcelonins.
- Esdeveniments esportius (Reial Club de Tennis Barcelona)
- Científic- Universitari (per les importants escoles de negocis IESE i ESADE)
- Educatiu – universitari (per les importants escoles de negocis IESE i ESADE)

El seu potencial es *Mitjà* per:

- Touring urbà organitzat
- Reunions / Convencions
- Esdeveniments culturals
- Creuers amb pernoctació
- Turisme d'interès especial

Inclou els següents recursos:

- *Monestir de Pedralbes*, el principal actiu turístic. És un magnífic exponent de l'arquitectura gòtica catalana del segle XIV. L'edifici religiós va albergar, entre el anys 1993 i el 2004, una part de la col·lecció d'art Thyssen-Bornemisza. Una comunitat de monges clarisses continua residint al monestir, si bé fan vida en un edifici annex de construcció moderna. El monestir ha conservat el seu recinte emmurallat i edificis vinculats, sent així un dels punts de la ciutat de més marcat caràcter històric fora de Ciutat Vella.

El monestir de Pedralbes té un alt potencial per a la recepció de turisme cultural. Tot i la seva relativa llunyania del centre de Barcelona, el fet de tenir una parada pròpia del bus turístic facilita l'accés al recinte de turistes independents. La principal ruta d'accés, però, és des de Sarrià, antic municipi al qual el monestir havia estat històricament vinculat, a través de l'avinguda Reina Elisenda.

- *Església de Santa Maria Reina*. Aquesta església és un cas únic d'arquitectura noucentista amb influències renaixentistes. La seva construcció va ser sufragada per Josep Nicolau Olzina i hi van intervenir Rubió i Tudurí, Raimon Duran i Reynals. L'església



Exterior del Monestir de Pedralbes



Església Sta. Maria Reina

està en una situació elevada i envoltada de jardins, compta amb dos claustres, un campanar d'inspiració italiana i pintures de Josep Obiols.

El seu potencial com a recurs turístic per si sol és limitat, tot i que la seva proximitat al Monestir de Pedralbes, la pot convertir en un element reforçador de l'atractiu turístic de la part alta de Pedralbes.

- *Entorn urbà i jardins.* L'entorn del Monestir i la part alta de Pedralbes compta amb una sèrie d'equipaments esportius (Reial Club de Tennis Barcelona) i universitaris (escoles de negocis: ESADE i IESE), que són generadors de fluxos de visitants, ja que les seves instal·lacions acullen amb regularitat esdeveniments esportius (Trofeu Comte de Godó de Tennis) i acadèmics (conferències, presentacions) de rellevància internacional. Potencial *Alt* per al turisme universitari (científic i educatiu) i d'esdeveniments esportius.



Carretera de les Aigües

Parc Collserola i Carretera de les Aigües

Una secció del Parc de Collserola i de la Carretera de les Aigües s'ubica al barri de Pedralbes. Degut a les característiques del recurs i a un accés relativament dificultós des de la part urbanitzada del districte el potencial és *Baix*, limitat al lleure dels barcelonins i amb un impacte insignificant en la resta del Districte.



Vista aèria del Campus Nord (UPC)

Campus Nord

Per Campus Nord ens referim tant al conjunt de Centres de Recerca, (Institut de Ciències de l'Espai, Barcelona Supercomputing Center, etc.) viviers d'empreses, serveis administratius, Escoles Tècniques i Facultats de la Universitat de Barcelona i Universitat Politècnica que es troben al vessant muntanya de l'Avinguda Diagonal.

El seu potencial (*Alt*) es concentra en productes com el turisme científic- universitari i educatiu –universitari i determinats turismes d'interès especial vinculats a la ciència i tecnologia. Per a la resta de productes el seu potencial és limitat.



Edifici Campus Nord



Palau Reial de Pedralbes



Pavellons Finca Güell



Edifici de la Facultat de Dret (UB)

Palau Reial i entorn

- *El Palau Reial*, n'és la peça més rellevant, construït en estil caribeny per l'arquitecte Joan Martorell Montells. Té el seu origen a la finca que Eusebi Güell va comprar el 1862, que fou cedida a la Corona el 1918. A més del Palau, que acull els Museus de la Ceràmica, De les Arts Decoratives i del Tèxtil i la Indumentària, i la seu oficial de la Unió per la Mediterrània, són de destacar els jardins romàntics de la finca, aptes per al passeig i per a la celebració d'esdeveniments culturals i socials de tot tipus. L'actual ús públic del Palau i els seus jardins, amb nombroses conferències, concerts esdeveniments culturals i socials i actes públics, el converteixen un recurs amb un atractiu alt per al turisme de reunions i convencions i d'esdeveniments culturals.
- Els *Pavellons de la Finca Güell* dissenyats per *Antoni Gaudí* (amb la famosa escultura de ferro forjat del drac) són un altre dels elements emblemàtics del conjunt. La Reial Càtedra Gaudí, dedicada a vetllar per la preservació de la seva obra, té la seva seu als Pavellons. Es pot accedir al seu interior només amb visites guiades.
- *La Facultat de Dret* de la Universitat de Barcelona, obra d'arquitectura contemporània reconeguda i premiada internacionalment, limitant amb el Palau, és un altre element d'interès.

Tot el conjunt del Palau Reial i entorn, està molt ben comunicat, Av. Diagonal, metro (L3), tramvia, bus i té parada pròpia del bus turístic.

El potencial turístic del Palau Reial i entorn és *Alt* per a una àmplia gama de productes / mercats:

- Touring urbà organitzat
- Touring urbà independent
- Reunions i convencions
- Esdeveniments Culturals
- Científic- universitari
- Educatiu- universitari
- Turisme d'interès especial (arquitectura, arts decoratives, etc)

També té un *Alt* potencial per al lleure dels barcelonins



El Roserar. Parc Cervantes

Parc Cervantes

Aquest Parc, situat a un extrem de la Diagonal, a tocar del límit de la ciutat de Barcelona amb Esplugues i de la seva sortida cap al Baix Llobregat, és un gran espai verd de caràcter molt singular ja que està dedicat a una flor: la rosa. Això fa que tingui una excepcional col·lecció de rosers de tot tipus i que a la primavera tingui un important poder d'atracció tant per al públic general com per als aficionats a les flors i la botànica. El disseny del parc, en pendent, destaca també per les excel·lents vistes sobre la ciutat.

L'únic condicionant que limita la seva capacitat d'atracció és que és una mica excèntrica respecte a les rutes turístiques més concorregudes.

El seu potencial és *Alt* per:

- Turisme d'Interès Especial (flors, botànica, etc.)
- Lleure pels barcelonins

El seu potencial és *Mitjà* per :

- Turing urbà independent
- Turisme Cultural

LA MATERNITAT I SANT RAMON



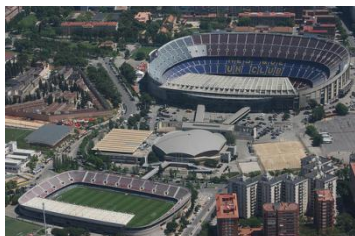
Delimitació barri de la Maternitat i Sant Ramon

A tocar de l'Hospitalet de Llobregat i a recer de l'Avinguda Diagonal, el barri de La Maternitat i Sant Ramon està dominat pels grans equipaments: les instal·lacions del FC Barcelona, el Recinte de la Maternitat i el Campus Sud de la Universitat de Barcelona. Aquests equipaments ocupen una porció significativa del seu territori i defineixen també el seu potencial turístic.

Els recursos més rellevants són:

Instal·lacions del FC Barcelona

Les instal·lacions del FC Barcelona són un dels elements definidors del barri. La silueta del Camp Nou marca el paisatge urbà d'aquest barri, però el recinte del FC Barcelona inclou altres edificis esportius, comercials i administratius annexos a l'estadi (Miniestadi, Palau Blaugrana, camps d'entrenament, la Masia, botiga del FC Barcelona). La gran importància i reconeixement del FC Barcelona i les seves seccions (bàsquet, handbol, hoquei,...) a nivell internacional fan que aquest sigui un dels principals punts d'atracció turística de la ciutat. Aquesta afluència no es concentra només els dies en els quals hi ha competicions esportives, sinó que genera fluxos regulars de visitants al llarg de l'any i una activitat comercial remarcable. Les instal·lacions del FC Barcelona són part del recorregut del bus turístic, que hi té una parada. L'accessibilitat per transport públic és bona, gràcies al metro, tramvia, bus i la facilitat d'aparcament (inclosos els autocars).



Instal·lacions del FC Barcelona

Interès molt alt per al touring organitzat i independent, esdeveniments esportius i excursionistes (visitants que passen un sol dia a la ciutat).

Interès alt per al públic barceloní i català, així com per al públic escolar.

També cal destacar la utilització de les instal·lacions esportives per a la realització d'esdeveniments socials i culturals, com concerts de música, amb la capacitat d'atreure audiències multitudinàries.

Aquest és un recurs que podríem qualificar d'excel·lent des del punt de vista turístic, per la capacitat d'actuar com un autèntic motor per tot el sistema turístic de Barcelona per mercats d'ampli espectre i per la seva capacitat de generar notorietat i imatge del destí turístic.

Restava però la definició de la possible evolució a futur, ja que el Pla del



Camp Nou, Miniestadi, Palau Blaugrana

Barça, de gran transcendència i abast per a tota la zona, i després de diverses vicissituds i canvis, està en un procés de “stand – by” pendent de redefinició.

El potencial del recurs és *Excepcional* per als següents productes/mercats:

- Touring urbà organitzat (turistes i excursionistes)
- Touring urbà independent (turistes i excursionistes)
- Esdeveniments esportius

El potencial és *Alt* per:

- Esdeveniments culturals
- Turisme d'interès especial
- Day – Trips residents a Catalunya
- Escolar (Catalunya i Barcelona)
- Lleure barcelonins

Recinte de la Maternitat



Un dels edificis del Recinte de la Maternitat

El recinte de la Maternitat conté un conjunt d'edificis representatius del modernisme primerenc. El concepte original, obra de l'aleshores arquitecte de la Diputació, Camil Oliveres, consistia en la construcció, d'acord amb els criteris més avançats de l'època, d'un conjunt de pavellons assistencials units entre si per un gran jardí.

Actualment els jardins són oberts al públic i els diferents pavellons estan ocupats per dependències de la Diputació de Barcelona, la Universitat Espanyola d'Educació a Distància, una emissora de ràdio i un institut d'educació secundària.

El conjunt patrimonial té un elevat potencial turístic, reforçat per la seva proximitat a les instal·lacions del FC Barcelona.

Potencial *Alt* pel:

- Touring urbà organitzat
- Touring urbà independent
- Turisme cultural
- Lleure pels barcelonins

El seu potencial és *Mitjà*, per al turisme de per als Day – Trips (excursionistes) a Barcelona, degut a les limitacions de temps per fer la visita que té aquest tipus de públic.



Exterior del Parc Científic

Campus Sud i Parc Científic

Concentra diverses facultats de la Universitat de Barcelona i institucions de recerca científica. És una zona d'urbanització relativament recent, ja que la majoria d'edificis universitaris daten dels anys setanta del segle XX. Té edificis contemporanis d'interès arquitectònic i també patrimoni gaudinià (portalada de la Facultat de Farmàcia). Degut a les seves característiques i activitats el seu potencial (Alt) està molt concentrat en turisme especialitzat i minoritari:

- Turisme científic – universitari
- Turisme educatiu – universitari per al turisme amb motivacions acadèmiques i científiques
- T. d'interès especial (arquitectura, tecnològic, científic, etc)

Si bé, també té un potencial *Mitjà*, per:

- Reunions i Convencions
- Turisme de Negocis
- Esdeveniments culturals.



Palau de Congressos de Catalunya

Palau de Congressos de Catalunya i entorn

Aquesta és la zona que es troba en el sector més extrem de l'Avinguda Diagonal, ja al límit del terme municipal de Barcelona i del districte de Les Corts. Es tracta d'una zona no residencial on destaquen dos grans equipaments, ambdós de construcció recent (a la dècada dels noranta) amb orientació eminentment turística: el Palau de Congressos de Catalunya i l'Hotel Juan Carlos I. També hem de fer esment de la proximitat de les instal·lacions del Reial Club de Polo, com a generador d'esdeveniments esportius de caràcter internacional. Aquest conjunt d'instal·lacions de gran qualitat i alt-standing té un *Alt* potencial per :

- Turisme de reunions i convencions
- Turisme de negocis
- Turisme gastronòmic

També te potencial, si bé menor (*Mitjà*) per:

- Touring urbà organitzat
- Touring urbà independent
- Esdeveniments esportius
- Esdeveniments culturals
- Científic –universitari



Hotel Rey Juan Carlos I

LES CORTS



Delimitació barri de Les Corts

El barri de Les Corts consisteix en el nucli de l'antic municipi de Les Corts, que es troba delimitat per la Diagonal, la Gran Via de Carles III i l'Avinguda Josep Tarradellas. Fins a mitjans del segle XX Les Corts era un barri fonamentalment agrícola i amb un casc urbà de petites dimensions que s'ha conservat parcialment al voltant de la Plaça de la Concòrdia. El creixement urbà ha modificat substancialment la fesomia de Les Corts en els últims cinquanta anys, i actualment és un barri molt residencial amb una alta densitat de població i predomini de blocs de pisos. Al llarg de la Diagonal, però, el sòl s'ha dedicat fonamentalment a usos comercials, d'oficines i hotelers, fent d'aquest eix el principal pol d'atracció de visitants del barri.

Dins del barri tenim les següent zones i recursos turísticament rellevants:

Eix Comercial de la Diagonal (Ma. Cristina- Entença)



Eix Comercial Diagonal (Illa)

En aquest tram de la Diagonal hi trobem un dels eixos comercials i d'oficines més importants de la ciutat. En l'apartat comercial destaquen L'Illa Diagonal, el Corte Inglés i Pedralbes Centre. També hi trobem una concentració important d'hotels enfocats a la clientela de negocis, com el Hilton i diversos hotels de les cadenes HUSA i NH, que reforcen el seu paper de "node" amb una potencialitat turística per a una àmplia varietat de productes/mercats.

En concret té un *Potencial Alt*:

Per als turistes allotjats a Barcelona en els següents productes:

- Touring organitzat
- Tourind independent
- Reunions i convencions
- Turisme de negocis/professional
- Shopping

També *Alt* per als "excursionistes" (day-trips):

- Organitzats
- Independents
- Residents a Catalunya
- Shopping

També *Alt* per als barcelonins: Shopping.



Plaça de la Concòrdia



Carrer del Nucli Antic



Roca Barcelona Gallery al c/ Joan Güell

Nucli Antic de Les Corts

Comprèn la part que s'ha preservat de l'antic poble de Les Corts, amb la Plaça de la Concòrdia com a element central i més emblemàtic. En aquesta zona és possible veure-hi encara alguns edificis del segle XIX i principis del XX, de l'època en què començava el seu procés d'industrialització. Destaquen el Centre Cívic Can Deu, la Parròquia de Santa Maria del Remei i l'edifici de l'antic ajuntament de Les Corts, que són un contrapunt a les zones comercials modernes que es troben al costat. El Nucli Antic no compta amb elements singulars destacables. El seu teixit comercial és feble i malgrat la seva proximitat, actualment està "desconnectat" del potent node comercial de la Diagonal. Un cop finalitzada la reforma de l'entorn del Carrer Anglesola, el Nucli Antic de Les Corts estarà més ben connectat i podria beneficiar-se de la vitalitat de l'Eix Comercial i de Negocis de la Diagonal, així com d'una certa capillaritat dels fluxos de visitants que s'hi generen i dels turistes de negocis que s'hi hostatgen. També millorarà la seva articulació amb l'Eix Comercial Sants- Les Corts.

Potencial: Mitjà per:

- Touring urbà independent
- Reunions i Convencions
- Turisme de negocis / professional
- Barcelonins de lleure

Eix Comercial Sants- Les Corts

Eix comercial que va des del nucli antic de Les Corts fins a Sants. El formen tres carrers comercials paral·lels (Joan Güell, Galileu i Vallespir) amb una important activitat de comerç de proximitat orientada als residents al barri. El carrer amb més dinamisme és Joan Güell que ha estat objecte de millores urbanístiques (eixamplament de voreres) que millora la seva connexió amb l'Avinguda Diagonal i ha vist reforçat el seu atractiu gràcies a la instal·lació d'alguns establiments temàtics singulars el poder d'atracció dels quals supera clarament l'àmbit del barri, com és el cas de Roca Gallery, Harley Davidson o els cinemes Renoir.

La finalització del Pla urbanístic del l'eix C/ Europa – C/ Anglesola, amb una millor articulació amb el potent Eix Comercial de la Diagonal i amb el nucli antic de Les Corts, millorarà la seva capacitat d'atracció.

Potencial *Mitjà* per: Shopping dels barcelonins

Potencial *Baix* per: la resta de productes / mercats

Zona Carrer Loreto- Avinguda Josep Tarradellas

Es tracta de la part del barri de les Corts més propera a la Plaça Francesc Macià i l'Avinguda Josep Tarradellas. Es una àrea fonamentalment residencial, tot i que també compta amb edificis d'oficines i diversos hotels d'alt - standing i una oferta de restauració i lleure orientada bàsicament al turisme de negocis.

Potencial *Alt*:

- Per al Turisme de Negocis a causa de la capacitat hotelera i la seva capacitat d'atraure aquest tipus de visitant a la zona.

Potencial *Mitjà*:

- Per al Turisme de Reunions i Convencions (també en relació amb la presència d'hotels que disposen de sales de reunions).

1.2.5. MATRIU D'AVALUACIÓ PRODUCTES/ NEGOCIS TURÍSTICS I RECURSOS TURÍSTICS DEL DISTRICTE DE LES CORTS

	TURISTES ALLOTJATS A BARCELONA													POTENCIALITAT GLOBAL RECURS	EXCURSIONISTES A BARCELONA						POTENCIALITAT GLOBAL RECURS	BARCELONINS			POTENCIATA GLOBAL RECURS	POTENCIALITAT BRRR/ DISTRICTE
	Touring urbà organitzat	Touring urbà independent	Reunions i Convencions	Negocis/Professional	Turisme Cultural (estricte)	Esdeveniments esportius	Esdeveniments culturals	Turisme Gastronòmic	Creuers amb pernactació	Shopping	Turisme Mèdic	Científic-Universitari	Educatiu-Universitari		Turisme interès especial	Day-trip turista organitzat	Day-trip turista independent	Residents en Catalunya	Escolar	Shopping		Creuers sense pernactació	Lleure Independent	Shopping		
RECURSOS TURÍSTICS PER BARRIS																										
PEDRALBES																										
Monestir de Pedralbes i entorn	Alt	Mitjà	Alt	Baix	Alt		Alt				Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt		Baix	Alt		Alt	Alt			
Oferta gastronòmica		Alt	Alt	Alt	Alt		Alt	Alt							Alt	Alt				Alt						
Parc Collserola i Ctra. Aigües		Baix									Baix	Baix					Alt					Baix	Baix			
Parc Cervantes	Baix	Alt	Baix		Alt						Alt	Alt	Alt		Baix	Baix			Alt			Alt	Alt			
Campus Nord	Baix	Baix	Alt			Alt					Alt	Alt	Alt		Baix	Baix			Alt			Alt	Baix			
Palau Reial i entorn	Alt	Alt	Alt	Baix	Alt			Alt			Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Baix	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt			
AV. Diagonal Muntanya (Pius XII-Av. Sarrià)	Baix	Baix	Alt	Alt	Baix				Alt	Alt			Baix	Baix	Alt		Baix		Baix	Baix	Baix	Baix	Baix			
POTENCIALITAT TURÍSTICA PEDRALBES																										
LA MATERNITAT I SANT RAMON																										
Palau de Congressos i entorn	Alt	Alt	Alt	Alt		Alt	Alt	Alt			Alt	Baix	Alt						Baix			Alt	Alt			
Campus Sud I Parc Científic		Baix	Alt	Alt	Baix		Alt				Alt	Alt	Alt		Baix				Baix			Alt	Alt			
FC Barcelona	Alt	Alt	Alt	Baix	Alt	Alt		Alt			Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt			
Recinte Maternitat i entorn	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt				Alt	Alt			Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Baix	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt			
POTENCIALITAT TURÍSTICA MATERNITAT																										
LES CORTS																										
Diagonal: Eix comercial (M ^a Cristina-Entença)	Alt	Alt	Alt	Baix		Alt	Alt	Alt	Alt			Alt	Alt	Alt	Alt		Alt	Baix	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt			
Nucli antic de Les Corts	Baix	Alt	Alt	Alt	Baix		Alt						Baix	Alt	Alt				Baix	Alt	Baix	Alt	Alt			
Eix Comercial Sants-Les Corts		Baix																								
Carrer Loreto- Av. Josep Tarradellas		Baix	Alt	Alt			Alt													Alt						
POTENCIALITAT TURÍSTICA LES CORTS																										
POTENCIALITAT TURÍSTICA DISTRICTE																										



1.2.6. Anàlisi del potencial del Districte de Les Corts per productes turístics

1.2.6.1. Visió general

Per la realització d'aquesta anàlisi s'han definit tres grans grups de productes / mercats:

- **Turistes allotjats a Barcelona**

Ens referim al mercat de turistes que es desplaça a Barcelona per diferents motius i interessos i fa al menys una pernoctació en alguna zona de la ciutat, al temps que realitza diferents activitats: visites a monuments patrimonials, museus, compres, congressos, reunions, etc.

- **Els excursionistes a Barcelona (day- trips)**

Ens referim a les persones que es desplacen a Barcelona i passen menys de 24 hores a la ciutat per motiu de lleure. Es diferencien dos grans grups que formen part d'aquest col·lectiu:

- Els *turistes allotjats a altres zones turístiques de Catalunya* (Costa Brava, Maresme, etc.) que fan una visita d'un dia a Barcelona i que es poden traslladar de forma independent (cotxe, tren, autobús) o organitzada (amb excursions programades per operadors locals).
- *Residents de Catalunya*, és a dir residents fora de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, que visiten la ciutat per diferents motius: oci, compres, assistència a esdeveniments esportius/ culturals, etc.

- **Barcelonins**

Es tracta dels residents de Barcelona i la seva Àrea Metropolitana que realitzen diferents activitats de lleure (passejar, compres, visites culturals, activitats gastronòmiques, etc) a la pròpia ciutat.

1.2.6.2. Turistes Allotjats a Barcelona

Dins d'aquesta tipologia tenim els següents productes / mercats:

Touring Urbà Organitzat

Potencial: Alt

Es tracta dels viatges organitzats per operadors amb estades curtes (2-3 dies) pròpies del turisme urbà, amb la motivació principal de conèixer una ciutat mitjançant la visita als seus principals punt d'interès o icones turístiques, amb predomini de les activitats de caràcter lúdic i cultural. Generalment solen formar part d'un itinerari del qual la ciutat n'és un punt d'etapa i està molt condicionat pel temps.

L'alt potencial del Districte de Les Corts per a aquest producte, deriva sobretot del fet de disposar d'un *recurs turístic excepcional*: les instal·lacions del FC Barcelona, de fàcil accés i amb aparcament per a autocars, i també molt proper a tres altres recursos amb un potencial Alt: *el Palau Reial* i entorn (incloent elements gaudinians), el *Recinte de la Maternitat* (que es pot beneficiar de la seva ubicació just al costat de l'estadi del Barça i de *l'Eix Comercial de la Diagonal*.

La resta del Districte té un interès limitat per a aquest tipus de turisme organitzat, excepte l'Eix Comercial de la Diagonal i el Monestir de Pedralbes que tenen un interès *Mitjà*.

Touring Urbà Independent

Potencial: Alt

De la mateixa manera que l'anterior, són viatges que fan els turistes de forma independent, amb estades curtes (short-breaks) en les quals la motivació principal és conèixer una ciutat mitjançant la visita dels seus principals punts d'interès o icones turístiques, amb un predomini de les activitats de caràcter lúdic i cultural.

En aquest cas el panorama és similar al del Touring Organitzat, però amb la potencialitat reforçada gràcies a la bona accessibilitat en transport públic i a la ruta del bus turístic, que també inclou el Monestir de Pedralbes, un altre recurs amb un potencial alt per a aquest segment.

Reunions i Convencions

Potencial: Alt

Són els viatges que tenen com a motivació principal reunir-se i trobar-se amb persones amb interessos (econòmics, comercials, culturals, etc.) comuns. Per al desenvolupament d'aquest producte es valoren factors com la disponibilitat d'equipaments (hotels, sales de reunions, Palau de Congressos, etc.), l'accessibilitat, les comunicacions, la localització, etc.

Aquest alt potencial del Districte ve donada perquè reuneix les condicions abans esmentades, especialment pel fet de disposar d'instal·lacions idònies: Palau de Congressos de Catalunya, Auditoris Universitaris, Auditori AXA i així com una abundant oferta hotelera d'alt – standing, que addicionalment també disposa de sales de reunions de format mitjà o petit.

Turisme de Negocis / Professional

Potencial: Alt

Es tracta dels viatges que realitzen executius i professionals (en general) per motius laborals, però que en el seu temps lliure (no laboral) realitzen activitats de lleure (entreteniment i oci nocturn, visites culturals, sortides gastronòmiques, etc.) i que, per tant, utilitzen els equipaments i infraestructures turístiques disponibles en aquest cas de la ciutat.

El seu Alt potencial per a aquest segment ve donat perquè el Districte compta amb una de les principals zones d'oficines de la ciutat de Barcelona, l'Eix de la Diagonal. Aquí hi tenen la seva activitat nombroses empreses d'àmbit internacional. En aquest mateix eix s'ubiquen hotels de cadenes internacionals adreçats especialment a una clientela de negocis.

Turisme Cultural (en sentit estRICTE)

Potencial: Mitjà

Es tracta dels desplaçaments en els que la motivació principal és de caràcter cultural: visitar patrimoni, visitar museus, realitzar un seminari o taller específic de temàtica cultural, etc.

Tot i que Les Corts compta en el seu territori amb alguns elements d'interès notable per al turisme cultural, com el monestir de Pedralbes, El Palau Reial, els Pavellons de la Finca Güell i el Recinte de la Maternitat, aquests són recursos de nivell Mitjà si els posem en el context de l'oferta turística cultural barcelonina.

Esdeveniments esportius

Potencial: Molt Alt

Comprèn els desplaçaments d'esportistes i els seus acompanyants, i d'espectadors, amb motiu de la celebració d'un gran esdeveniment esportiu.

En primer lloc, les instal·lacions del FC Barcelona i l'activitat de totes les seves seccions esportives, però també les del Reial Club de Tennis Barcelona i el Club de Polo, totes elles seus de competicions esportives nacionals i internacionals del màxim nivell, representen un recurs de primera magnitud pel que fa a l'atracció de visitants amb motivacions esportives.

Esdeveniments culturals

Potencial: Mitjà

Desplaçaments amb l'objectiu principal d'assistir a un esdeveniment cultural, entès en sentit ampli: concerts, esdeveniments culturals massius, festivals, etc.

Tot i que el Districte no compta amb equipaments de primer nivell destinats específicament a aquesta funció, la infraestructura esportiva i acadèmica existent al Districte permet l'organització d'esdeveniments culturals massius (concerts, conferències, etc.) a les instal·lacions del FC Barcelona, Palau Reial, Campus Universitaris, etc.

Turisme Gastronòmic

Potencial: Mitjà

Es tracta dels viatges especialitzats la motivació principal dels quals és gaudir de la cultura gastronòmica mentre s'aprofundeix en el coneixement de la ciutat que es visita. Aquest tipus de

turisme està assolint una major rellevància en la generació de fluxos turístics a Barcelona, si bé, en termes relatius, es tracta d'un producte minoritari.

Al Districte de Les Corts hi ha una abundant oferta de restauració d'alt nivell, tot i que, en l'actualitat, atenen fonamentalment una clientela barcelonina i de negocis.

Creuers amb pernoctació

Potencial: Mitjà

Creueristes internacionals que fan servir Barcelona com a base d'operacions i per tant, pernocten com a mínim una nit en hotels de la ciutat i la gaudeixen i descobreixen durant l'etapa inicial o final del seus viatges.

Tot i que els recursos turístics de Les Corts poden tenir, d'entrada, un atractiu limitat per al creuerista internacional, la presència al Districte d'hotels de primer nivell i de cadenes internacionals (Hilton, Juan Carlos I) el converteixen en un indret de pernoctació i de pas per a aquest tipus de turista, circumstància que es podria mirar d'aprofitar per a promocionar els recursos turístics propers.

Shopping

Potencial: Alt

Viatges que tenen com a motivació principal les compres i que generen pernoctacions. Es tracta d'un tipus de turisme del que es beneficien grans ciutats que disposen d'una oferta comercial variada i de qualitat.

L'Eix Comercial de la Diagonal forma part de la "Barcelona Shopping Line", on l'oferta és suficientment potent com per a justificar fluxos turístics que tenen el shopping com a motivació principal.

Turisme Mèdic

Potencial: Mitjà

Són els desplaçaments derivats de la necessitat d'un procés de tractament mèdic o diagnosi, i inclou tant els pacients com els acompanyats o familiars. És un tipus de turisme cada vegada més important a Barcelona, i genera un nombre significatiu de fluxos el qual es manifesta en l'existència del Centre Mèdic Barcelona, entitat que s'encarrega de la gestió d'aquesta activitat. Si bé les seves necessitats i pautes de consum difereixen de les del turista de lleure, no per això deixen de ser fluxos que generen una important activitat i als quals s'ha de donar una resposta adaptada a les seves necessitats.

Al Districte hi trobem alguns importants Centres Hospitalaris (Dexeus, Hospital de Barcelona) que generen un flux de visitants amb motivacions mèdiques d'alt nivell, tot i que quantitativament

menor en altres clústers mèdics de la ciutat. L'abundant oferta hotelera del Districte, també afavoreix el potencial per aquest segment de mercat.

Turisme Científic- Universitari

Potencial: Alt

Es tracta dels viatges que realitzen investigadors i professors (en general) amb motiu de la seva activitat investigadora i docent. Pot suposar estades temporals de mitjana i curta durada.

L'Alt potencial d'aquest segment ve donat per la gran concentració de centres universitaris i de recerca (la més gran de Catalunya), els Campus de la Universitat de Barcelona, de la Universitat Politècnica de Catalunya, el Parc Científic, IESE, ESADE, etc., tots ells centres universitaris i de recerca de primer nivell, capaços de generar fluxos importants de docents, investigadors i visitants.

Turisme Educatiu- Universitari

Potencial: Alt

Són viatges que tenen com a motivació principal la realització d'activitats formatives, com, per exemple, cursos d'especialització, estudis de postgrau, cursos d'idiomes, cursos d'estiu, etc., sempre i quan no comportin estades majors a tres mesos (llavors deixarien de ser considerades pròpiament turístiques).

De manera similar al punt anterior, la important presència universitària, amb campus als dos cantons de la Diagonal, i la ubicació a Pedralbes de dues de les principals escoles de negocis d'àmbit internacional representen un important factor d'atracció per als visitants amb motivacions acadèmiques.

Turismes d'Interès Especial

Potencial: Alt

Es tracta d'un tipus de viatge que té origen en una afició o motivació molt específica (nínjol d'activitats) per exemple: aficionats als ferrocarrils, a l'astronomia, a la història, a l'arquitectura, etc. Generalment formen part de clubs o centres relacionats amb la temàtica d'interès.

L'elevat potencial per al turisme d'interessos especials a Les Corts vindria motivat pels següents recursos:

El Parc de Cervantes (roserar, botànica), el Campus Nord (ciència, computació), el Palau Reial (museus de les arts decoratives i la ceràmica, centre d'estudis Gaudí) i les instal·lacions del FC Barcelona (diversos esports).

1.2.6.3. Excursionistes a Barcelona

Dintre d'aquest grup tipològic s'inclouen els següents productes:

Day-Trip turista organitzat

Potencial: Alt

Es tracta de les excursions organitzades a Barcelona d'un dia o mig dia, que realitzen els turistes allotjats a les zones turístiques de Catalunya (Costa Brava, Daurada, Maresme, etc)

La característica principal d'aquest producte és el temps limitat que disposa el turista per a conèixer la ciutat, això fa que es prioritzin les visites als "highlights" o principals atraccions turístiques de la ciutat. La facilitat d'accés i aparcament dels autocars també condiciona els recorreguts.

Al Districte es donen les anteriors condicions: disposa d'un "highlight": les instal·lacions del FC Barcelona i el potent Eix Comercial de la Diagonal, així com la facilitat d'accés i aparcament per als autobusos.

Day- Trip turista independent

Potencial: Alt

Són els desplaçaments a Barcelona, que realitzen de forma independent (en tren, bus regular, automòbil, etc) els turistes allotjats a les zones turístiques de Catalunya, amb una durada de menys de 24 hores.

Tot i que és un tipus de turisme amb un temps limitat i que acostuma a moure's pels barris més centrals de Barcelona, la rellevància del FC Barcelona, la connexió amb la "Barcelona Shopping Line" a través de la Diagonal i l'accessibilitat via bus turístic fan factible aquest tipus de turisme a Les Corts.

Residents de Catalunya

Potencial: Mitjà

Comprèn els desplaçaments amb motiu de lleure que fan els residents a Catalunya (és a dir, de fora de l'Àrea Metropolitana de Barcelona) per a la realització d'activitats culturals, passejar, shopping, etc.

El potencial es basa en la capacitat d'atracció de l'Eix Comercial de la Diagonal i l'interès que determinats recursos de tipus cultural o arquitectònic (Maternitat, Monestir de Pedralbes) poden tenir per a un públic català que busca ampliar el seu coneixement de la ciutat.

Shopping

Potencial: Alt

Desplaçaments motivats principalment per les compres, que no generen pernотacions. La millora en les comunicacions terrestres (especialment el tren de gran velocitat), suposa que l'àrea de captació d'excursionistes de shopping podria estendre's més enllà de Catalunya (per incloure Madrid, l'Aragó, el Sud de França, etc.)

L'Eix comercial de la Diagonal té un atractiu considerable per a aquest segment de turistes.

Escolars

Potencial: Baix

Comprèn els viatges o visites escolars organitzats per les escoles de la resta de Catalunya (fora de l'AMB) que es realitzen col·lectivament, dins el cicle educatiu, a centres d'interès cultural i lúdic, com a part del seu programa educatiu i de formació.

En termes relatius, respecte a altres Districtes de la ciutat, el seu potencial és baix.

Creuers sense pernотació

Potencial: Baix

Es tracta dels creueristes que no pernотen i, per tant, únicament fan escala a Barcelona, disposant només d'unes hores per a visitar la ciutat de forma organitzada o independent.

Es tracta d'una zona bastant perifèrica per al turista que arriba en vaixell, no pernотca i disposa de poc temps, tot i que la presència de bus turístic fa que l'estadi del FC Barcelona i el Monestir de Pedralbes puguin ser destinacions viables per a aquest tipus de turista.

1.2.6.4. Barcelonins

Diferenciem el següents segments:

Lleure

Potencial: Alt

Viatges de mobilitat no obligada realitzats dins de la ciutat / Àrea Metropolitana de Barcelona amb el lleure com a motivació principal: passejar, relacionar-se, assistir a espectacles, activitats esportives, culturals, shopping, etc

El Districte compta amb una gran varietat de recursos atractius per aquest segment de visitants (Monestir Pedralbes, Palau Reial, Maternitat, Parc Cervantes, Nucli Antic, etc), el públic barceloní que busca conèixer llocs interessants fora de les àrees turístiques més tradicionals del

centre de Barcelona. Aquest Alt potencial ve reforçat per la bona accessibilitat al Districte, tant per automòbil com per transport públic (metro, bus, tramvia, etc.)

Shopping

Potencial: Alt

Viatges de mobilitat no obligada dins de la ciutat i AMB, la motivació dels quals és fer compres, però que es poden combinar amb altres activitats com dinar, assistir a un espectacle, prendre copes, etc.

L'important Eix Comercial de la Diagonal, potent i accessible justifica aquest potencial.

Escolars

Potencial: Baix

Comprèn els viatges o visites escolars que es realitzen col·lectivament, organitzats per les escoles de la ciutat i l'AMB, dins el cicle educatiu, o el que generen les visites de joves escolars a punts concrets de la ciutat com a part del seu programa d'educació i formació.

1.2.6.5. Resum del Potencial per Productes / Mercats

POTENCIAL	PRODUCTES / MERCATS		
	Turistes allotjats a Barcelona	Excursionistes a Barcelona	Barcelonins
MOLT ALT	<ul style="list-style-type: none"> Esdeveniments esportius 		
ALT	<ul style="list-style-type: none"> T. Urbà organitzat T. Urbà independent Reunions i Convencions T. Negocis/Professional Shopping T. Científic- Universitari T. Educatiu- Universitari 	<ul style="list-style-type: none"> Day-Trip organitzat Day- Trip independent Shopping 	<ul style="list-style-type: none"> Lleure Shopping
MITJÀ	<ul style="list-style-type: none"> T. Cultural Esdeveniments culturals Gastronòmic Creuers amb pernoctació T. Mèdic 	<ul style="list-style-type: none"> Residents a Catalunya 	
BAIX		<ul style="list-style-type: none"> Escolars Creuers sense pernoctació 	<ul style="list-style-type: none"> Escolars

1.3. OFERTA D'ALLOTJAMENT

1.3.1. Consideracions prèvies

- Per a l'avaluació de l'oferta d'allotjament turístic tant en termes quantitativs com qualitativs es van considerar diverses fonts d'informació.
 - Respecte la informació quantitativa de l'oferta (volum, evolució, nivells d'ocupació, etc.) les fonts són bàsicament dos: per una banda, les dades estadístiques i estudis sobre la realitat hotelera de la ciutat de Turisme de Barcelona, i per altra, les dades de l'Enquesta d'ocupació hotelera de l'Ajuntament de Barcelona. Plegats, ens donen una caracterització general orientativa de l'oferta d'allotjament, i especialment de l'oferta hotelera del Districte. Tot i així, hem d'aclarir que la informació d'aquestes dues fonts presenta algunes diferències entre si, i per tal de facilitar la comprensió de l'anàlisi se les hem diferenciat de manera que no generin confusió.
 - Pel que fa a la informació qualitativa, aquesta es va obtenir mitjançant les entrevistes amb els responsables d'establiments hotelers del Districte, i a través també d'una entrevista amb el Gerent del Gremi d'Hotels de Barcelona, el que ens va permetre tenir una visió general del que és la realitat actual d'aquest sector al Districte.

1.3.2. Oferta d'allotjament del Districte de Les Corts

1.3.2.1. Oferta hotelera

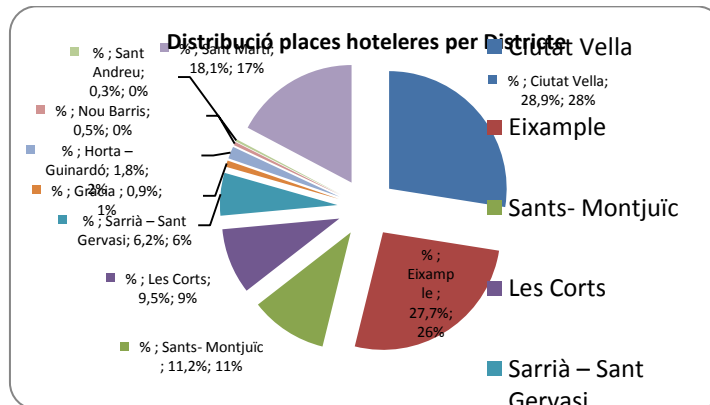
Volum i caracterització general

- L'oferta hotelera de Les Corts és *d'alta qualitat i té un pes molt rellevant en l'estructura d'allotjament de la ciutat*, tant pel que fa al seu volum (9,5% del total de places) com al seu nivell de qualitat (més del 50% són places de categoria alta 5*).
- L'any 2010 la capacitat hotelera de Les Corts va ser de **5.613 places** distribuïdes en gairebé **3.000 habitacions i 18 establiments**.

Oferta hotelera de Barcelona per Districtes (2010)

Districte	Establiments	Habitacions	Places
Ciutat Vella	110	8.852	17.036
Eixample	103	8.367	16.326
Sants- Montjuïc	23	3.318	6.581
Les Corts	18	2.991	5.613
Sarrià – Sant Gervasi	31	1.859	3.640
Gràcia	4	299	540
Horta – Guinardó	9	525	1.039
Nou Barris	1	143	286
Sant Andreu	1	92	188
Sant Martí	28	5.330	10.693
TOTAL	512	31.877	59.001

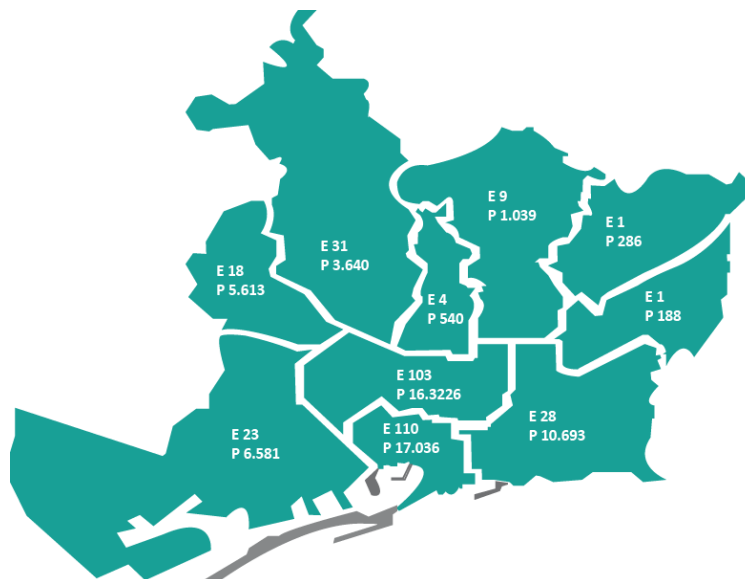
Font: Turisme de Barcelona (2010)



Font: Elaboració pròpia a partir dades Turisme de Barcelona (2010)

- Si comparem l'oferta hotelera de Les Corts amb la de la resta de districtes, és el cinquè districte amb major disponibilitat de places, després de Sants- Montjuïc, Sant Martí, Eixample i Ciutat Vella.

Establiments i Places per Districte



- L'oferta hotelera del Districte es *caracteritza per la seva elevada qualitat*. Més de la meitat (52%) de les places hoteleres del Districte pertanyen a la categoria 5* i 5* GL (15% són places de gran luxe), concentrades en 4 establiments entre els que es troben l'Hotel Rey Juan Carlos I de 5* Gran Luxe, el Gran Hotel Princesa Sofia, l'Hotel Hilton Barcelona i l'Hotel Melià Barcelona, ubicats a l'eix de l'Avinguda Diagonal.

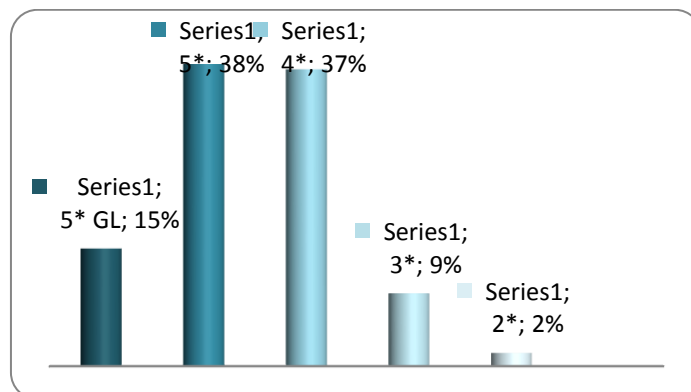
Oferta hotelera de Les Corts segons categories (2010)

Categories	Establiments	Habitacions	Places
5* GL	1	433	824
5*	3	1.122	2.111
4*	9	1.055	2.074
3*	3	321	511
2*	2	60	93
1*	-	-	-
TOTAL	18	2.991	5.613

Font:: Turisme de Barcelona (2010)

- Un 37% de les places es correspon amb la categoria mitjana- alta: 4*, agrupades en 9 establiments i un 9% a categoria mitjana (3*). L'oferta de menys qualitat (1* i 2*) és molt poc significativa o gairebé és inexistent.

Percentatges de distribució de les places hoteleres per categories



Font: Elaboració pròpia a partir dades Turisme de Barcelona (2010)

Evolució de l'oferta

Evolució de l'oferta hotelera de Les Corts

	2004	2006	2008	2009
Establiments	20	21	21	23
Habitacions	2.748	2.775	3.054	3.167
Places	5.292	5.326	5.885	6.108

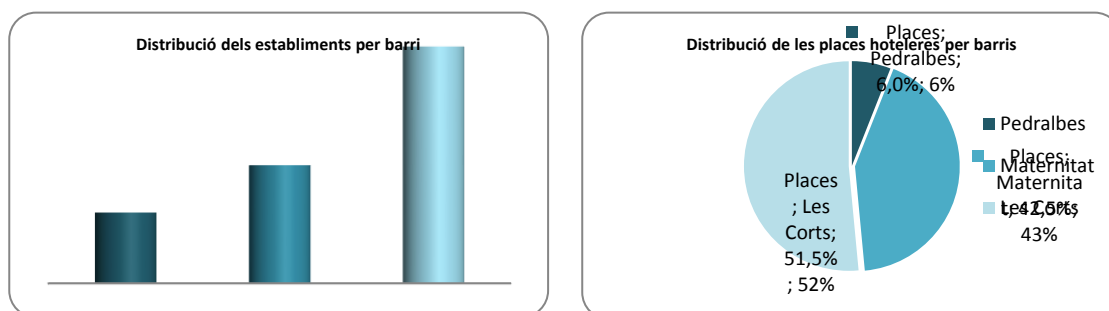
Font:: Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona

- Segons les dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera de l'Ajuntament de Barcelona (disponibles només fins el 2009), l'oferta hotelera de Les Corts ha crescut a l'última dècada (2000-2009) de forma moderada, tal com es pot veure en el quadre anterior.

- L'any 2008 destaca especialment perquè s'observa una reordenació interna del sector amb la baixa, creació i reconversió d'establiments hotelers amb el resultat d'un increment significatiu de les places que ronda l'ordre del 10% (559 places més).

Distribució territorial de l'oferta

- Si analitzem per barris, veiem que la distribució de l'oferta hotelera no és homogènia. El gruix de les places del Districte es localitza a dos barris:
 - *Les Corts*: compta amb 10 establiments, que concentren més de la meitat de les habitacions disponibles.
 - La *Maternitat- Sant Ramon*: concentra el 43% de les habitacions distribuïdes en 5 establiments.



- Si analitzem per zones, es poden diferenciar tres "clústers" hotelers bastant clars:
 - *Avinguda Diagonal*: Aquest eix concentra la major part de les places de categoria alta del Districte i especialment dels barris de Les Corts i la Maternitat, on s'ubiquen tres dels quatre hotels de 5* (Rey Juan Carlos I 5* GL, Princesa Sofía i Hilton).

Es tracta d'una oferta consolidada i d'elevada qualitat orientada especialment als segments de Turisme de Reunions i Convencions (Palau de Congressos de Catalunya amb una important oferta de sales i equipaments) i de Negoci/ Professional, coincidint amb la intensa activitat empresarial i de negoci que caracteritza aquesta zona del Districte.

- *Eix Comercial de la Diagonal*: Al voltant del Centre Comercial l'Illa, entre l'Avinguda Diagonal i els carrers Numància, Travessera de Les Corts i Entença es configura una altra zona amb concentració d'oferta hotelera de categories mitjana (3*) i mitjana – alta (4*), amb establiments reconeguts com l'Hotel Husa l'Illa (4*)- situat sobre l'Avinguda Diagonal- i l'Hotel NH Constanza (4*). Cal destacar que en aquesta zona es troba l'Hotel Hilton, de 5* i a peu de la Diagonal. Aquesta és una zona amb una oferta comercial i de restauració abundant, variada i de qualitat.

- *Carrer Loreto- Avinguda Josep Tarradellas*: Aquesta zona es caracteritza per una concentració hotelera variada amb quatre establiments entre els que destaquen l'Hotel Melià Barcelona (5*) i l'Hotel Gran Derby Barcelona (4*); completen l'oferta un hotel de 3* i un altre de 2*. Es tracta de la zona més propera als districtes de l'Eixample i Sarrià-St. Gervasi, amb intensa activitat empresarial que, a més, ofereix una oferta de restauració i comerç interessant.
- La resta de l'oferta es localitza en les proximitats de les instal·lacions del FC Barcelona, però de forma bastant dispersa. Destaca l'Hotel Senator de 4* i amb 213 habitacions. Al barri de Pedralbes, la limitada oferta que hi ha, es concentra principalment a la zona propera a l'Avinguda Diagonal.

Nous projectes hotelers

Segons dades de Turisme de Barcelona, al mes de febrer de 2011, no està previst cap projecte hotelier per al període 2011-2013 al Districte de Les Corts. Pel que fa a la reserva de sòl per a futurs projectes, tal com s'ha comentat al Capítol de Perfil Territorial, les possibilitats de creixement del Districte són més aviat limitades i per tant, els projectes de nous hotels que puguin sorgir d'aquí endavant, haurien de basar-se en edificacions ja existents, cas del projecte d'hotel a l'antic edifici Winterthur, al Districte de Sarrià- St. Gervasi i tocant Les Corts.

Ocupació hotelera

- D'acord amb les dades de Turisme de Barcelona, el nivell d'ocupació per habitació dels hotels de la ciutat de Barcelona es va situar en 74,75 % durant el 2010. Els hotels del Districte de Les Corts, d'acord amb les seves característiques, ubicació i tipologia de clientela, registren uns percentatges d'ocupació molt similars als de la mitjana de la ciutat, estimativament del 75%.
- Els percentatges d'ocupació a Barcelona ciutat s'han mantingut gairebé bastant estables durant l'última dècada, tot i que el 2008 ja va començar a visualitzar-se la caiguda generalitzada de l'activitat hotelera, generada pel context de crisi econòmica internacional, i que va assolir els nivells més baixos l'any 2009 amb una reducció del nivell d'ocupació de 4 punts percentuals respecte a l'any anterior. L'any 2010 però, es va caracteritzar per una recuperació del sector hotelier a la ciutat, que es reflecteix en una millora dels nivells d'ocupació en 2,33 punts respecte el 2009.

Evolució de % d'ocupació hotelera de Barcelona

	1990	2000	2005	2007	2008	2009	2010
Habitacions	71,0	84,0	76,0	79,7	76,3	72,4	74,7

Font: Estadístiques Turisme de Barcelona

Estada mitjana

- L'estada mitjana als hotels de la ciutat no arriba als 2 dies, habitual en destinacions turístiques de caràcter urbà, com Barcelona. A causa de les seves característiques i tipologia de clientela predominant, s'estima que l'estada mitjana als hotels del Districte és molt similar a la mitjana de la ciutat, 1,96 dies.

Evolució de l'estada mitjana als hotels de Barcelona

	1990	2000	2005	2007	2010
Dies	2,19	2,48	1,93	1,92	1,96

Font: Estadístiques Turisme de Barcelona

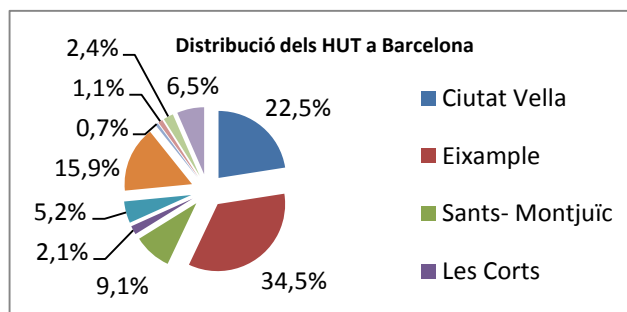
1.3.2.2. Oferta extra hotelera

- Respecte a l'oferta extrahotelera, ens referirem especialment als Habitatges d'ús turístic (apartaments turístics) que tenen cada vegada un pes més rellevant en l'oferta global d'allotjament turístic de Barcelona.
- Segons dades de l'APARTUR (Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona), el nombre d'habitatges d'ús turístics (HUT) legals al 2009 eren de 2.656 apartaments de diferents tipologies (estudis i des d'1 habitació fins 5 o més).
- A Les Corts l'oferta d'apartaments turístics és escassa i amb poc pes relatiu. Al 2009 tan sols comptava amb 56 establiments (legals), 4 més que al 2008. Si la comparem amb l'oferta hotelera és evident que no té un pes rellevant dins de l'estructura d'allotjament del Districte.
- En comparació amb la resta de la ciutat, Les Corts es troba entre els Districtes amb menys oferta d'habitatges d'ús turístics, ja que només concentra el 2 % de l'oferta total de la ciutat.

Oferta d'Habitatges d'ús turístic per Districtes (2009)

Districte	Establiments
Ciutat Vella	598
Eixample	916
Sants- Montjuïc	242
Les Corts	56
Sarrià – Sant Gervasi	139
Gràcia	421
Horta – Guinardó	18
Nou Barris	29
Sant Andreu	64
Sant Martí	173
TOTAL	2.656

Font: PET Barcelona a partir de dades d'APARTUR



- Hem de fer esment a un tipus d'allotjament no estrictament turístic, però que pot tenir usos turístics, com les nombroses residències estudiantils, ubicades al voltant dels Campus Universitaris, amb un pes relatiu important al Districte, i que són utilitzades per determinats segments del mercat turístic juvenil, que busca un allotjament més bàsic tipus "alberg".

1.4. OFERTA DE RESTAURACIÓ I GASTRONOMIA DEL DISTRICTE DE LES CORTS

1.4.1. Consideracions generals

- Entenem per oferta gastronòmica tot tipus d'establiments, des de restaurants d'alta gastronomia fins les tasques o bars de "tapeig". Cada vegada la gastronomia assoleix una importància creixent en la qualificació i posicionament d'una destinació turística i en alguns casos arriba a ser la motivació principal per a desplaçar-se a una destinació, constituint-se en l'oferta principal o "base" per aquests segments del mercat, el turisme gastronòmic.
- La gastronomia i l'oferta de restauració és un dels elements bàsics de l'oferta turística de Barcelona. En aquest apartat hem fet una avaluació de l'oferta de restauració de tot tipus a nivell de Districte.
- És remarcable que un percentatge molt elevat dels turistes que visiten la ciutat declaren una preferència per tastar la cuina local (78% segons l'enquesta al turistes que fa Turisme de Barcelona). En aquest sentit, tot i que l'oferta de restaurants a Barcelona es troba molt concentrada a l'Eixample i Ciutat Vella, existeix una oferta de restauració més popular basada en la cuina de mercat i tradicional i els bars de tapes que està ben distribuïda pels diferents districtes de la ciutat i on destaquen els nuclis d'aquells antics municipis del pla de Barcelona que han conservat un cert caràcter de poble.
- Aquesta oferta pot resultar atractiva per a les diferents tipologies de visitant que es contemplen en aquest estudi (turista, excursionista i barceloní) i actuar com un excel·lent suport dels recursos turístics que trobem als diferents districtes de la ciutat. Tot i que aquesta restauració de barri té una capacitat de diferenciació limitada, pot presentar-se com a un contrapunt atractiu a l'oferta més "turistitzada" del centre de la ciutat i proveir al visitant d'una experiència basada en el concepte d'autenticitat.
- També cal remarcar la importància dels mercats en l'oferta gastronòmica, ja que en molts casos són un recurs atractiu per al turista i dinamitzadors dels fluxos comercials.

1.4.2. El Districte de Les Corts

- L'oferta de restauració del Districte de Les Corts en termes quantitius, es compon de 288 establiments i 13.732 places, és a dir, el 5,5 % de l'oferta total de la ciutat (tant d'establiments com de places). La tipologia Restaurants – Bars és la que té més pes dintre de l'estructura interna del sector, agrupant el 84 % dels establiments i el 80 % de les places. Pel que fa als Restaurants, el Districte compta amb 45 establiments i 2.726 places. Si bé les dades

quantitatius oficials són del 2007, hem de dir que pràcticament no hi ha hagut canvis significatius durant els últims anys.

- Si analitzem l'evolució d'aquesta oferta, veiem que el creixement ha sigut mínim els últims anys i tot i que s'han produït algunes fluctuacions, l'oferta no ha experimentat grans canvis quantitatius.
 - Pel que fa al nombre d'establiments, en dos anys només s'han incorporat 12 nous establiments, la majoria dels quals (7) corresponen a la tipologia de Restaurants.
 - El 2005-2007 es va produir un lleuger augment en el nombre de places de l'ordre del 3'5%, el 60 % de les quals són de Restaurants – Bars.

Evolució de l'oferta de restauració de Les Corts

	2005	2006	2007
Establiments	276	281	288
Places	13.273	13.662	13.732

- Com a la majoria dels Districtes de Barcelona, a Les Corts el visitant pot trobar una abundant oferta de restauració de tot tipus, però especialment de nivell popular i mitjà a les zones més comercials i concorregudes. Respecte a la distribució de l'oferta de restauració pels barris i zones del Districte, es poden diferenciar algunes zones que es distingeixen per una determinada concentració d'oferta de restauració, dins de les quals destaquem, a cavall dels tres barris del Districte, *l'Eix de la Diagonal* - a ambdues bandes, entre Plaça Maria Cristina – Plaça Francesc Macià. Es caracteritza per ser un eix de concentració d'oferta gastronòmica de tot tipus i nivell (popular, ràpida, tapes, alta gastronomia) afavorida per la necessitat de donar servei a la gran concentració d'activitat empresarial, professional i comercial de l'Eix Comercial i de negocis.

Si analitzem el perfil de l'oferta gastronòmica i de restauració per barris tenim:

Barri de Pedralbes

Degut al seu caràcter més residencial és el que, en termes quantitatius, té una oferta de restauració més limitada. Però si parlem en termes qualitius el panorama canvia, ja que escampats pel barri hi ha establiments de molt prestigi com: el Neichel (1* Michelin), El Jardí de l'Abadessa, Tritón, Zure – Etxea, etc. Estan orientats especialment al mercat local i al de negocis. No trobem una àrea específica de concentració de l'oferta gastronòmica ja que els restaurants estan dispersos per tot el barri, tampoc hi trobem una zona de bars o un mercat, o d'altres elements gastronòmics singulars diferenciadors.

Barri de Les Corts

Pel que fa a la gastronomia i la restauració és el barri amb l'oferta més abundant en termes quantitativs i més variada en termes qualitativs, i està molt vinculada a donar servei a aquells visitants que hi acudeixen amb altres motivacions (hotels, comerços, feina).

S'hi configuren les següents zones:

- *L'Eix de la Diagonal (especialment al "cantó mar")*

Com s'ha esmentat anteriorment, té una oferta molt diversa i variada, que va des de reconeguts establiments gastronòmics (Mosaic, Oliver & Hardy, etc.) fins a establiments de menjar ràpid, passant pels nombrosos restaurants que fan una cuina de mercat i funcional adreçada als empleats de les nombroses oficines veïnes i als nombrosos visitants que hi acudeixen a realitzar les seves compres. L'Illa Diagonal, per exemple, compta amb una oferta de restauració variada amb diferents nivells de preu i de qualitat. El problema és que gran part d'aquests establiments estan centrats en la clientela de negocis de la zona i la que visita l'Eix Comercial de la Diagonal, i per tant no obren a la nit ni els caps de setmana.

- *El nucli antic de Les Corts*

Una de les claus per atreure el turisme del Nucli Antic de Les Corts, seria la consolidació d'una oferta gastronòmica i comercial a la zona de l'entorn de la Plaça Concòrdia, que pugui captar part del flux de visitants de la Diagonal. Això dependrà sobretot de l'articulació del Nucli antic amb l'Eix de la Diagonal, amb el Pla urbanístic del carrer Europa – carrer Anglesola, actualment en execució.

L'oferta gastronòmica actual compta amb establiments d'un cert interès per al turista com podrien ser Can Deu, ubicat en un edifici d'interès històric (l'antiga fàbrica de licors), Icho Bcn, restaurant japonès ubicat al carrer Déu i Mata, juntament amb una sèrie de bars de tapes inserits al nucli antic. També hem de destacar una concentració de bars – restaurants populars, a l'entorn del Mercat i Eix Comercial Les Corts – Sants (carrers Joan Güell, Galileu i Vallespir).

- *La Zona carrer Loreto- Avinguda Josep Tarradellas*

Es configura com una zona, ja molt propera a l'Eixample, amb una bona oferta gastronòmica, a redós de la clientela del nucli hotelier i de negocis que s'hi ubica. Destaquen establiments com Saltimboca, Dopo, La Tertúlia, Arroseria Xàtiva, La Botiga, etc.

Barri La Maternitat i Sant Ramon

Aquest barri compta amb una oferta de restauració limitada i molt vinculada als importants equipaments que s'hi ubiquen (equipaments esportius, universitats, hospitals ,FC Barcelona, Palau de Congressos, etc.) podríem però, assenyalar dues zones de concentració d'oferta molt diferenciades:

- *El nucli del Palau de Congressos i l'Hotel Juan Carlos I*

Amb una oferta de restauració de qualitat, adreçada tant als seus clients com homes de negocis de la ciutat.

- *La zona propera al FC Barcelona (a tocar de la Travessera de Les Corts)*

A aquesta zona de la Travessera de Les Corts, que s'estén fins a Collblanc, hi ha una important concentració de bars de tapes, sandwicheries i restaurants populars, orientada a dos mercats importants: els residents, treballadors i estudiants habituals del barri i els visitants que acudeixen als nombrosos esdeveniments esportius de tot tipus que generen les seccions del FC Barcelona. Tan és així que els períodes i horaris d'obertura estan lligats a la realització d'aquests esdeveniments.

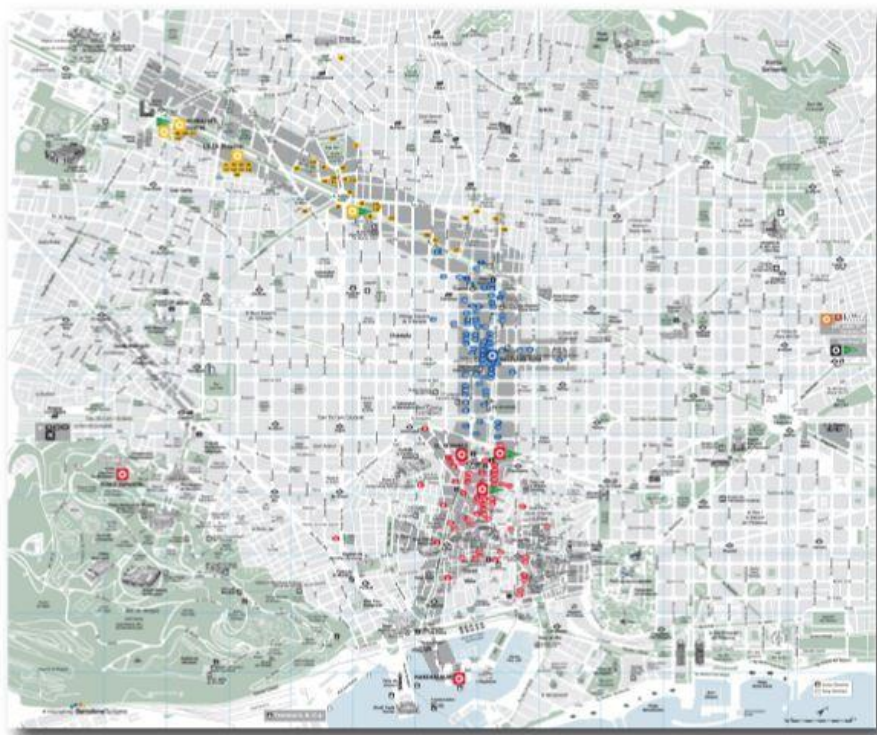
Aquesta oferta gastronòmica, doncs, no és un factor d'atracció per si mateix, sinó que és un servei de suport a les activitats que s'hi realitzen.

1.5. COMERÇ I TURISME

1.5.1. Consideracions prèvies

- L'oferta comercial és avui en dia, i cada vegada d'una forma més important, determinant en la configuració de l'oferta de moltes destinacions turístiques, independentment de quin sigui el producte turístic principal i, per tant, es fa imprescindible considerar el sector comercial en relació al turisme i les possibilitats de sinergies mútues entre ambdós sectors.
- A Barcelona el maridatge entre turisme i comerç és cada dia més fort i evident, fins al punt que per a alguns segments pot arribar a constituir una de les motivacions principals del viatge. Això es posa en evidència a l'enquesta de satisfacció que es fa al turista a Barcelona, en que la valoració que el turista fa de l'oferta comercial és molt alta, gairebé 8 punts sobre 10 ("Enquesta a Turistes", Institut DYM per a Turisme de Barcelona).
- La importància econòmica del turisme en el comerç a la ciutat de Barcelona és clara, tant en termes absoluts com relatius. La despesa que fan els turistes a la ciutat ha augmentat i ja representa el 33.9% del total de la despesa en destinació, si bé aquesta despesa es concentra, als trams o zones més turístiques, especialment al voltant de l'anomenada "Shopping Line".

BARCELONA SHOPPING LINE



Font: Turisme de Barcelona

- Però també es fa cada dia més palès que una part creixent dels turistes, especialment aquells que ja han visitat la ciutat més d'una vegada, busca un comerç “diferent” amb fortes vinculacions locals, amb capacitat de diferenciació i allunyat de la creixent banalització que es troba a l'entorn de les àrees més turístiques, i és en aquest sentit que els barris amb zones comercials compactes on s'hi ha preservat una certa “atmosfera” i personalitat, tenen la seva oportunitat, i per tant, els 17 eixos comercials estructurats que hi ha a Barcelona són un actiu important a l'hora de considerar una política de diversificació de l'activitat turística cap als diversos districtes de la ciutat.

EIXOS COMERCIALS DE BARCELONA



EIXOS:

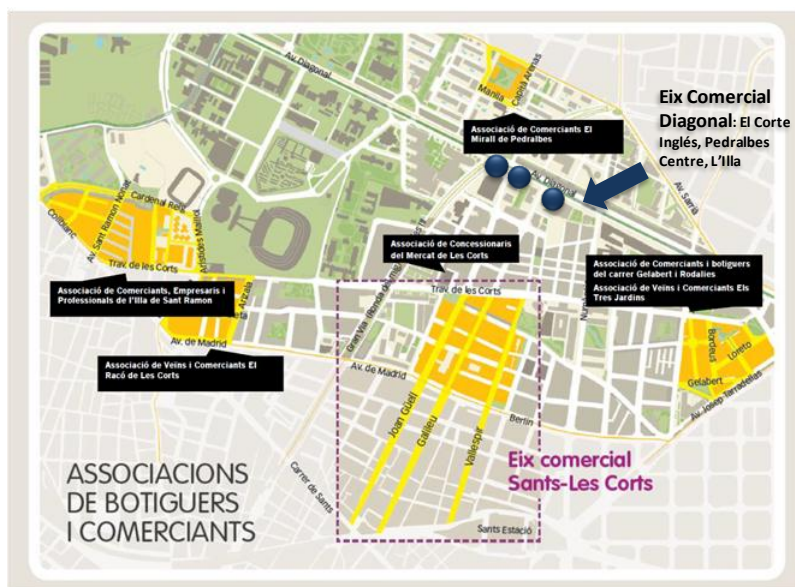
- | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| 01. Sarrià Eix Comercial | 10. La Rambla |
| 02. Carrer de Sants | 11. Bana Centre |
| 03. Creu Coberta | 12. Cor d'Horta i Mercat |
| 04. Sant Antoni Comerç | 13. Eix Maragall |
| 05. Eix Comercial de Sant Gervasi | 14. Nou Barris Centre Comerç |
| 06. Eix Comercial de Gran de Gràcia | 15. Eix de Sant Andreu |
| 07. Gracinoia Eix Comercial | 16. Sant Martí Eix Comercial |
| 08. Cor Eixample | 17. Sants- Les Corts Eix Comercial |
| 09. Eix Comercial del Raval | |

Font: Fundació Barcelona Comerç

- En aquesta secció analitzarem l'estructura de l'oferta comercial a cadascun dels barris objecte de l'estudi, amb vistes a avaluar el seu potencial i la seva relació amb la resta de recursos turístics. No es tracta, per tant, d'un estudi complet de la situació i la problemàtica del sector comercial al Districte, sinó només d'aquells aspectes rellevants des del punt de vista turístic.
- Per a la realització d'aquesta anàlisi hem tingut en compte la presència de diferents modalitats de comerç: tradicional i de proximitat, grans superfícies, botigues de grans marques internacionals, mercats d'artesans, etc. També ens hem fixat en aspectes qualitius com és el caràcter diferenciat de l'oferta comercial a cadascun dels barris o la capacitat d'atracció turística dels diferents eixos comercials.

1.5.2. Oferta comercial al Districte de Les Corts

El Districte de Les Corts té una important oferta comercial però molt concentrada en unes determinades zones: en primer lloc la potent oferta de l'Eix Comercial de la Diagonal, i en segon lloc l'Eix Comercial Sants- Les Corts, de caràcter més local. L'activitat comercial a la resta del Districte és més limitada, si bé s'hi localitzen algunes zones amb certa concentració de comerç (Mirall de Pedralbes, Gelabert i rodalies) però amb molt menys interès des del punt de vista turístic.



Font: Districte de Les Corts

Eix Comercial de la Diagonal

- L'Eix Comercial del Districte amb més potencial turístic és clarament el de l'Avinguda Diagonal, que forma part de la "Barcelona Shopping Line" i es concentra fonamentalment al vessant mar de la Diagonal (entre la Plaça Maria Cristina i el carrer Entença), on hi destaquen tres centres comercials que fan de "motor", amb una oferta variada i de qualitat: El Corte Inglés, L'Illa Diagonal i Pedralbes Centre, que atreuen milions de visitants i tenen una àrea d'influència que supera l'àmbit català.
 - **El Pedralbes Centre**, és el centre comercial més antic de la ciutat (1989) i en els seus inicis va estar vinculat al conegut Boulevard Rosa. S'ubica a la cantonada de l'Avinguda Diagonal i el Carrer Joan Güell. La seva estructura és vertical de quatre plantes i és de dimensions més reduïdes que la resta de centres comercials, el qual li dona un caràcter més "acollidor" i "accessible". Ofereix un ventall d'oferta de qualitat amb presència de marques internacionals reconegudes de tèxtil i complements, amb algunes botigues exclusives, entre d'altres. També disposa d'una oferta gastronòmica variada i de qualitat, per exemple el restaurant Sacha i la Pastisseria Bubó entre d'altres.

El centre rep anualment al voltant de 2,5 milions de visites majoritàriament per part d'un públic barceloní de nivell mitjà-alt i alt, que s'hi desplaça preferentment a peu o en vehicle particular. La zona d'influència del Pedralbes Centre la constitueixen els barris de Pedralbes i Les Corts dins del mateix Districte, però també pels barris del districte veí de Sarrià - Sant Gervasi.

- **Illa Diagonal**, s'ubica entre els carrers Numància i Entença a l'Avinguda Diagonal. Forma part d'un complex en el qual hi ha dos hotels (NH Contanza**** i l'Husa Illa****), un Auditori, una discoteca (Sala Bilkini) i oficines. L'Illa destaca per una banda, per la seva estructura rectangular, que constitueix un corredor amb dos pols d'atracció a cada punta (Decathlon i Fnac) que afavoreix el passeig per anar d'un a l'altre. Això fa que el centre sigui un espai "a escala humana" perfectament abastable i fàcil de recórrer-lo. Per altra banda disposa d'una oferta comercial molt variada sobretot en productes per a la persona, però destaca també per tenir un supermercat i un rebost en el qual es troben parades/botigues de productes gourmet i productes de la terra d'alta qualitat, que a més de satisfer les necessitats de la població de proximitat, també és un reclam turístic.

L'Illa rep anualment unes 16 milions de visites de les quals el 43 % són realitzades per residents dels barris propers (Pedralbes, Les Corts, Sarrià, Sant Gervasi...) que són usuaris freqüents del centre i per tant molt repetidors. El seu públic també està format per residents de la resta de Barcelona ciutat i Província (32% de les visites) i per turistes, encara que amb un pes relatiu menor respecte al públic local.

- **El Corte Inglés**, es situa a la Plaça Maria Cristina, entre la Gran Via de Carles III i els carrers Europa i Joan Güell. És la primera cadena de grans superfícies de l'Estat espanyol i és el principal "motor" de dinamització comercial de la zona, juntament amb l'Illa Diagonal i Pedralbes Centre. La seva oferta és molt variada (supermercat amb productes gourmet, tèxtil, equipaments per a la llar, informàtica, llibres, música, perfumeria, etc.), de qualitat i ofereix tot un ventall de marques pròpies (Digrato, Inves, Boomerang, Emidio Tucci, NafNaf, Urban-Chic, Casa Actual, per citar-ne algunes) i internacionals.
- El conjunt d'aquesta oferta fa que el Districte tingui un flux important de visitants en que el motiu principal del seu desplaçament és el "shopping" i s'hi desplacen tant des de la resta de la ciutat com des de fora. Tot i així, el públic barceloní hi és majoritari i el pes dels turistes estrangers en la despesa comercial que s'hi efectua està encara molt per sota de la que es registra en districtes més centrals de la ciutat, com l'Eixample i Ciutat Vella. Malgrat això, l'oferta és suficientment potent i variada com per a poder-lo considerar un recurs turístic de primer nivell a potenciar.
- Un altre aspecte a considerar és que aquest gran flux de visitants a l'Eix de la Diagonal, gairebé no es "capil·laritza" a la resta del barri, malgrat la seva proximitat. Les previstes actuacions urbanístiques

a la zona van en aquest sentit, és a dir a facilitar la connexió entre la façana de la Diagonal i l'interior, estimulant la dinamització de la resta del districte.

Eix Sants-Les Corts



Les Corts disposa també d'eixos comercials secundaris que estan orientats cap un públic més local, és el cas de l'Eix Comercial Sants-Les Corts, que transcorre pels carrers Joan Güell, Galileu i Vallespir cap avall de Travessera de Les Corts. Aquí hi trobem una oferta basada més en el comerç de barri o de proximitat, incloent-hi també un cert component ètnic, amb botigues que s'adrecen a la comunitat immigrant. Les seves característiques i oferta, fan que el seu potencial de cara al turisme sigui molt menor i té un caràcter complementari.

Establiments singulars

- Tot i tenir aquesta orientació local, a l'Eix Sants- Les Corts hi trobem alguns establiments singulars, amb una capacitat d'atracció que va més enllà de l'àmbit del barri, i que a més a més, superen la definició d'establiment merament comercial, en incloure elements temàtics i expositius de gran interès per a determinats col·lectius.
- En aquesta categoria es trobaria la Roca Gallery, ubicat al Carrer Joan Güell, on la coneguda marca de sanitaris ha obert un espai temàtic dedicat al món de l'aigua i del bany on el visitant hi pot conèixer les últimes tendències en aquest àmbit. Les característiques arquitectòniques de l'edifici i la seva cuidada exposició el fan un element especialment atractiu i singular.

Aquest establiment, encara poc conegut pel públic general, atreu anualment al voltant d'unes 30.000 visites, amb predomini d'un públic professional i estudiantil (arquitectes), encara que als caps de setmana el públic és bàsicament familiar i del barri.

- També és remarcable l'espai *Harley-Davidson*, situat al carrer Joan Güell, que és un centre de referència per als entusiastes d'aquesta marca de motocicletes, que hi poden trobar a més de productes específics de la marca, productes de merchandising relacionat amb Barcelona. Compta no només amb una botiga i espai expositiu, sinó també amb un restaurant.

Nucli Antic de les Corts

- El nucli antic de Les Corts tot i la seva situació, a cavall entre l'eix de la Diagonal i l'eix Sants- Les Corts, té una oferta comercial limitada i de caràcter molt local. Un fet que contribueix a l'escassa dinamització comercial d'aquesta zona és que la gran majoria dels baixos dels edificis són habitatges i molt pocs s'han destinat a usos comercials.



Tot i així trobem algunes zones amb més dinamisme com és el cas de la Plaça Concòrdia, que disposa d'una oferta majoritàriament de restauració, de caràcter popular, és d'interès turístic degut principalment al seu ambient animat.

- La situació de trencament que existeix actualment entre el Nucli Antic i l'Avinguda Diagonal podria quedar resolta amb els projectes urbanístics en marxa en la zona del Nucli Antic més propera a la Diagonal, i d'aquesta manera poder "capillaritzar" els importants fluxos que transiten per aquest eix cap a l'interior del barri i contribuir al seu dinamisme. Segons estudis de l'activitat comercial al Nucli Antic, les possibilitats de creixement de l'activitat comercial de la zona són elevades i es basen en el potencial d'aquestes intervencions urbanístiques, en la proximitat a un pol d'activitat comercial com és l'Eix de la Diagonal, però també en la gran disponibilitat de locals buits.
- Per la seva banda, la zona més propera a la Plaça Francesc Macià i l'Avinguda Loreto, està ja més vinculada a l'eix de la Diagonal i a l'Eixample.
- Com a establiments singulars que cal destacar-hi, trobem dos reconeguts xocolaters: l'Enric Rovira, a tocar de l'avinguda Josep Tarradellas i l'Oriol Balaguer, a Travessera de Les Corts.

Barris de Pedralbes i la Maternitat i Sant Ramon

- L'oferta comercial a Pedralbes és pràcticament inexistente, amb l'excepció del "Mirall de Pedralbes", mentre que a la Maternitat i Sant Ramon els comerços tenen una orientació molt local.
- Una menció apart mereix la botiga del FC Barcelona, ubicada dins de les instal·lacions del club, i que té la capacitat de generar per ella mateixa uns importants fluxos comercials. És també un complement imprescindible de qualsevol visita a les instal·lacions del club, que són un dels principals actius turístics de la ciutat.

1.6. OFERTA COMPLEMENTÀRIA

1.6.1. Espais per a reunions del Districte de Les Corts

- El Districte de Les Corts disposa d'una *important oferta d'equipaments per a reunions, congressos i convencions tant en quantitat com en qualitat de places*, gràcies per una banda, a l'existència d'una planta hotelera d'alt standing i especialitzada en turisme de reunions i convencions, i per l'altra, la disponibilitat d'un conjunt d'equipaments especialitzats (palau de congressos, auditoris, sales de reunions, etc). El potencial d'aquesta oferta a més, es veu incrementat per la seva bona localització i accessibilitat, situada principalment al voltant de l'Avinguda Diagonal.
- L'oferta global estimada d'espais per a reunions de Les Corts és actualment de **21.700 places i 161 sales**, que es distribueixen de la següent forma:

Oferta d'espais per a reunions de Les Corts (2010)

	Sales	Capacitat
Hotels	100	14.260
Equipament especial	61	7.449
Total	161	21.709

Font: A partir de les dades del Barcelona Convention Bureau

- El gruix de les places disponibles per a reunions són hoteleres (65 %) i correspon a l'oferta d'hotels de 5* i 4* ubicats al Districte. Es tracta de sales de dimensions variables que permeten l'organització d'un ampli ventall d'esdeveniments de diferents formats: grans, mitjans i petits.
- Destaquen pel volum de la seva oferta, l'Hotel Rey Juan Carlos I i l'Hotel Princesa Sofia que plegats, concentren el 60 % de l'oferta hotelera per a reunions i congressos del Districte. S'ha de destacar, a més, que l'Hotel Rey Juan Carlos I compta amb les instal·lacions del Palau de Congressos de Catalunya que forma part del seu complex.

Oferta de sales per a reunions dels Hotels de Les Corts

Establiment	Nº sales	Capacitat
Husa l'Illa	1	160
Melià Barcelona	14	1.635
NH Constanza	8	1.510
Princesa Sofia	31	5.525
Rey Juan Carlos I	24	3.150
Hotel Senator Barcelona	4	580
Hilton Barcelona	18	1.700
Total	100	14.260

Font: A partir de les dades del Barcelona Convention Bureau

- A més de l'oferta d'hotels especialitzats en turisme de Reunions i Convencions, existeixen uns equipaments especials que contribueixen a incrementar aquesta oferta i a reforçar l'elevat nivell d'especialització del Districte en aquesta activitat.
- Entre aquests equipaments, hi ha:

Equipaments especialitzats a Les Corts

Equipament	Nº sales	Capacitat
Palau de Congressos de Catalunya	36	5.165
Auditori i Centre Convencions AXA	2	790
Parc Científic de Barcelona UB	12	394
FC Barcelona	11	1.100
Total	61	7.449

Font: A partir de les dades del Barcelona Convention Bureau

- *El Palau de Congressos de Catalunya*: Forma part de Complex de l'Hotel Rey Juan Carlos I i es caracteritza per la seva arquitectura moderna, que ja és símbol de Barcelona (arquitectes Ferrater i Cartañá). Les seves instal·lacions compten amb 35 sales de diverses dimensions amb una capacitat màxima del voltant dels 3.140 places, un Auditori de 2.027 seients, una superfície d'exposició de 4.000 m² i un espai per a la realització de banquetes apte per a 3.000 persones.
 - *L'Auditori i Centre de Convencions AXA*: Situat dintre del complex l'Illa a l'Avinguda Diagonal, es tracta d'un equipament modern que inclou un Auditori per a 621 persones, un saló de conferències amb 160 seients i tres sales de diferents mides amb capacitat total per a 480 assistents. També inclou un àrea d'exposicions de 330 m².
 - *Parc Científic de Barcelona. Universitat de Barcelona*: El Parc Científic del Campus de la UB ofereix un conjunt de sales i aules per a reunions de petit format distribuïdes en diferents edificis. En total disposa d'11 sales/aules amb capacitat total per a 244 persones i l'Auditori Antoni Caparrós que té un aforament per a 150 assistents.
 - *FC Barcelona*: És una altra instal·lació dintre del Districte que disposa de sales i espais com el Museu del FC Barcelona aptes per a la realització de reunions i esdeveniments, amb un aforament aproximat de 1.100 persones.
- Tal com es pot visualitzar al mapa, la localització de la major part de l'oferta per a reunions i convencions, coincideix amb l'eix de l'Avinguda Diagonal. Fora d'aquest eix, cal destacar el Monestir de Pedralbes, que properament oferirà una sala amb capacitat per a 150 persones.

1.6.2. Equipaments per a grans esdeveniments

- Ens referim a l'equipament adequat per a acollir esdeveniments (culturals, esportius, etc.) que comporten una gran concentració de gent. En aquest sentit, el FC Barcelona és l'equipament de referència del Districte i una de les principals instal·lacions de la ciutat per a grans esdeveniments (partits de futbol, concerts a l'aire lliure, etc). Les principals instal·lacions del Club són les següents:
 - Camp Nou: Capacitat per a 99.354 persones
 - Mini Estadi: Amb un aforament de 15.276 persones
 - Palau Blaugrana: Per a 7.235 espectadors

1.6.3. Oferta esportiva

- L'oferta esportiva del Districte té un pes i una rellevància molt significativa no únicament per al seu propi territori sinó per a tota la ciutat. Des del punt de vista de l'ús turístic i com a complement a la resta de l'oferta al turista, el Districte ofereix per una banda una sèrie d'instal·lacions per a la pràctica d'una àmplia gama d'activitats, i a més el circuit de l'Avinguda Diagonal, un passeig idoni per a la pràctica d'esports a l'aire lliure (footing, bicicleta, caminades).
- El Districte compta també amb importants instal·lacions que constitueixen una font generadora d'esdeveniments esportius, la major part de projecció internacional i per tant, amb una gran capacitat d'atracció de fluxos turístics. Les principals instal·lacions esportives presents a Les Corts, són:
 - *Futbol Club Barcelona*: Com a generador d'esdeveniments esportius de caire internacional que atreuen una quantitat molt important de fluxos de visitants (tant residents com turistes).
 - *Real Club de Tennis de Barcelona*: Com a generador d'esdeveniments esportius, el més reconegut pel seu caràcter internacional és el Trofeo Conde de Godó.
 - *Real Club de Polo*: Club centenari (1897) que ocupa des del 1932 els terrenys ubicats sobre l'Avinguda Diagonal al cantó sud, limitant a L'Hospitalet del Llobregat, al barri de la Maternitat i Sant Ramon. Si bé en els seus inicis, fou un club únicament dedicat a l'activitat eqüestre, avui en dia ofereix instal·lacions per a la pràctica de cinc disciplines esportives: Hockey, Padel, Polo i Tennis. Aquestes instal·lacions generen una sèrie d'esdeveniments de projecció i internacional (Torneo Internacional de Reyes, Torneo Internacional-Barcelona Polo "Classic", Copa Potter-Cpto. Internacional de Verano, entre d'altres).

- *Campus Esportiu UB*: Ofereix 100.000 m² d'instal·lacions esportives: piscina, pistes de tennis i pàdel, camp de futbol i camp de rugbi, pista d'atletisme, poliesportiu, sales de condicionament físic, etc. També s'hi realitzen diversos esdeveniments esportius però de caràcter principalment regional i local.

1.6.4. Centres culturals

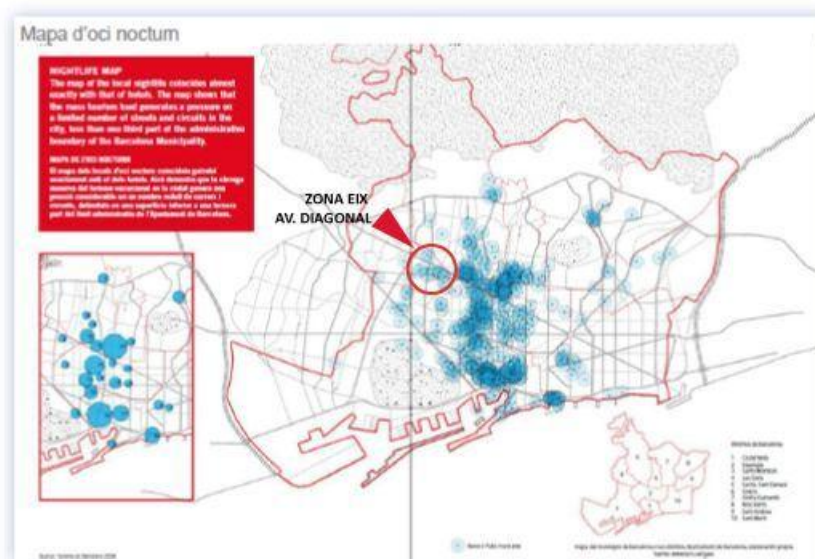
- En termes generals, l'oferta cultural és bona i de qualitat, representada majorment per un conjunt d'espais- museus, que si bé s'adrecen a un públic més acotat i amb interessos més específics que no pas al públic general, constitueixen una oferta complementària especialment interessant pel turista que s'allotja al Districte. També hem de fer esment, pel seu caràcter excepcional, al Museu del FC Barcelona, que atreu anualment més d'un milió de visitants, i és un dels principals punts d'interès turístic de la ciutat.
- Els principals espais culturals del Districte són:
 - *Monestir de Pedralbes*, se situa al nord del barri de Pedralbes molt connectat, tant física com històricament, al barri de Sarrià. El Monestir és propietat de les monges Clarisses des del segle XIV; va ser declarat bé històric cultural abans de la Guerra Civil i està considerat com a un dels millors exemples del gòtic català. El conjunt monacal inclou l'església, el monestir i el claustre de tres plantes, que està perfectament conservat. El Monestir va habilitar una part de les seves instal·lacions per a ser visitades i com a espai per a la realització d'esdeveniments culturals. El museu exhibeix una col·lecció d'objectes litúrgics i mobiliari de la comunitat de monges clarisses que encara habiten el Monestir. Un fet a destacar, és que el Bus turístic té una parada específica en aquest punt.
 - *Museu d'Arts Decoratives*, creat l'any 1932 s'allotja dintre de l'edifici del Palau Reial de Pedralbes. La seva col·lecció es compon d'objectes de l'àmbit civil i d'ús domèstic d'origen europeu des de l'Edat Mitjana fins al període de la Industrialització, a més inclou una exposició de disseny industrial espanyol.
 - *Museu d'Indumentària Tèxtil*, s'ubica dins de l'edifici del Palau Reial de Pedralbes des de l'any 2008. Proposa una col·lecció de vestits, teixits i joies que van des de l'època medieval fins al segle XIX i una exposició de la moda espanyola del segle XX.
 - *Museu de Ceràmica*, va ser fundat l'any 1966 i es va traslladar al Palau Reial de Pedralbes l'any 1990. El museu ofereix una col·lecció bastant completa i interessant sobre ceràmica espanyola provinent tant de restes arqueològiques com de diverses donacions particulars. La col·lecció es compon de peces representatives de diferents

estils: Ceràmica de l'Al- Àndalus i Mudèjar, Valenciana, Catalana, Castellana, Aragonesa i Andalusà.

- *Museu del FC Barcelona* tal com hem mencionat abans, és el principal recurs d'atracció turística del Districte. Rep més del 1,3 Mil de visitants de pagament l'any, el 80% dels quals són turistes internacionals. El Museu es va fundar l'any 1984 i el 2010 va ser remodelat per oferir un itinerari més ampli i una experiència al visitant de més qualitat, la "Barça Experience". En aquest sentit la museografia va incorporar diverses eines tecnològiques, com per exemple, una sala multimèdia a la segona planta. El Museu exhibeix la col·lecció de trofeus aconseguits pel Club en les diverses disciplines esportives, així com tot tipus d'objectes relacionats amb els seus equips i jugadors.
- Respecte a l'oferta cultural de caràcter més local (activitats culturals, cinemes, teatres, etc.) és més ben escassa i queda restringida a les activitats dels centres culturals dels barris (centres cívics, casals i biblioteques). Un element a destacar és, però, el cinema Renoir que té una oferta especialitzada i alternativa.
- Entre els equipaments culturals dels barris, tenim:
 - Centres Culturals: Les Corts i Riera Blanca
 - Centres Cívics: Can Deu i Joan Oliva–Pere Quart
 - Biblioteques Municipals: Can Rosés i Miquel Llangueras

1.6.5. Zones d'oci nocturn

- Les Corts compta amb una zona d'oci ben definida que es correspon amb l'àrea de negoci/professional que comparteix amb els districtes de Sarrià- St. Gervasi i l'Eixample, i amb l'Eix Comercial de l'Avinguda Diagonal. Es caracteritza per tenir establiments de qualitat, destacant la Sala Bikini que a més organitza diversos espectacles de música en viu d'alt nivell. És una zona que atreu tant barcelonins com turistes.
- Propera a aquesta part del Districte, està la zona del carrer Loreto i Avinguda Josep Tarradellas, que concentra una zona d'oci nocturn que coincideix amb una certa concentració d'hotels i oferta de restauració. Cal destacar que cap d'aquestes àrees d'oci, comporten problemàtiques greus pels veïns.
- El barri de Pedralbes, si bé no compta amb una zona d'oci definida, reuneix alguns establiments d'oci d'alt nivell pensats fonamentalment per el públic barceloní.



Font: Oficina del Pla de Turisme Estratègic de la ciutat de Barcelona 2015 (Setembre 2009)

1.6.6. Serveis turístics

- Els principals serveis per a turistes a Les Corts, són oferts per Turisme de Barcelona, principalment dos productes estructurats com són:
 - *Bus Turístic*: La ruta Blava del Bus Turístic té quatre parades al Districte, Camp del Barça, Monestir de Pedralbes, Palau Reial i Francesc Macià, de les quals la més concorreguda és la del FC Barcelona, que registra una important afluença de visitants.
 - *Metro Walks*: Es tracta d'un producte nou i recent, que inclou diversos itineraris estandarditzats de realització lliure per zones més allunyades de les típicament "turístiques". En el cas de Les Corts, la ruta transcorre pel barri de Pedralbes en combinació amb Sarrià, passa pel Monestir de Pedralbes, Avinguda de Pedralbes, Palau Reial i arriba fins al Parc de Cervantes.
- La Ruta Oest del *Barcelona City Tour* (bus turístic) també inclou parades al Districte: Camp Nou, Plaça Pius XII i Illa Diagonal.

1.6.7. Oficines d'informació turística

- Si exclouem l'oficina del Centre Modernisme Pavellons Güell a l'Avinguda Pedralbes, el Districte no disposa de cap oficina d'informació turística amb atenció personal al visitant.

1.7. ESPAI PÚBLIC

1.7.1. Seguretat

- Un dels requisits per a tenir èxit com a destinació turística és ser una destinació segura i sobretot ser percebuda com a tal.
- La ciutat de Barcelona és una destinació segura des del punt de vista personal (atracaments, agressions, etc.) si la comparem amb d'altres grans ciutats, si bé, als darrers anys el petit delictes (robatoris, furts, etc.) i l' incivisme als Districtes més turístics, és a dir en zones d'alta concentració de visitants i turistes (de forma especial a Ciutat Vella) és un factor que comença a incidir negativament la imatge de la ciutat i el nivell de satisfacció del turista.

Aquest problema encara no és crític, com posen de relleu l'enquesta de satisfacció que Turisme de Barcelona realitza regularment als turistes allotjats en hotels de Barcelona, ja que les dades respectes a la valoració sobre diferents aspectes de la ciutat atorguen a la “*seguretat ciutadana*” una puntuació de 7,03 / 10 (2009) que no és dolenta, si bé hem de fer esment que juntament amb “contaminació atmosfèrica” i “sorolls”, són els aspectes de la ciutat que tenen una valoració més baixa, la qual cosa és un toc d'atenció cara el futur.

Aquest toc d'atenció sobre la incidència negativa de la seguretat en la imatge turística de la ciutat, el corrobora “l'Estudi sobre la imatge de Barcelona als mercats emissors” dut a terme per l'Oficina del Pla Estratègic de Turisme de la ciutat al 2009. En aquest estudi, els turistes valoraven el que creien que era el “millor” i el “pitjor” de Barcelona, i la “*inseguretat i delinqüència*” estaven entre els tres factors que pitjor (juntament amb massificació, sorolls i brutícia) valoraven els turistes a la ciutat, especialment aquells que ja hi havien estat, si bé en un percentatge relativament petit (12,6 %) sobre els entrevistats que van citar algun aspecte negatiu (80 % del total).

Els turistes són les víctimes principals de petits furts (subtracció d'elements personals que no supera els 400 €). Entre el 2005 i el 2007, el nombre de denúncies per faltes de furts es va mantenir al voltant de les 3.500. Però l'any 2008 les xifres es van disparar fins a doblar pràcticament les de l'any anterior, i es va passar de les 3.430 del 2007 a les 6.406. L'any 2009 el volum de denúncies per furts va sobrepassar les 7.800. Segons fonts consultades, aquests delictes es cometien en zona de màxima afluència de visitants: Les Rambles i els carrers adjacents, el Port Olímpic, els voltants de la Sagrada Família, el Born i el metro.¹

- *Podem afirmar que el Districte Les Corts és, en termes generals, un districte segur i que per tant, aquest factor no és un condicionant negatiu per al seu desenvolupament turístic. Aquesta*

¹ El Turisme a la ciutat de Barcelona. Anàlisi ambiental. Mcrit. Set. 2010

afirmació es basa tant en les opinions manifestades pels tècnics i operadors turístics del barri com per la percepció dels tècnics de la consultora, afirmació que corroboren les enquestes de victimització de l'Ajuntament de Barcelona, en les que es veu que el Districte Les Corts té el millor índex de Barcelona respecte a la percepció de seguretat que tenen els seus veïns.

- Malgrat això hem d'esmentar dos factors que trenquen aquesta situació general positiva sobre la seguretat al Districte:
 - La presència de petits delinqüents (“carteristes”) especialment al voltant del Camp del FC Barcelona atrets per la concentració de fluxos de turistes que es generen en aquest punt i que, en molt casos, són delinqüents reincidents.
 - L'oferta de prostitució en les hores nocturnes, principalment a l'Avinguda Joan XXIII i Dr. Marañón,(propers al Camp Nou) i al Carrers Torre Melina i Albert Bastardes (propers al Hotel Juan Carlos I) que si bé no és directament un problema de seguretat, son un factor de degradació i “desertització” d'aquests espais urbans.

Enquesta de victimització a Barcelona

Evolució del nivell de seguretat durant el darrer any per districtes. 2006-2010

Districtes	Nivell de seguretat al barri (puntuació)					Nivell de seguretat a la ciutat (puntuació)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
BARCELONA	5,9	6,1	6,1	6,2	6,1	5,2	5,3	5,6	5,7	5,6
1. Ciutat Vella	5,0	5,3	5,2	5,3	4,9	5,4	5,6	5,7	5,8	5,5
2. Eixample	6,2	6,4	6,3	6,6	6,4	5,1	5,3	5,5	5,7	5,7
3. Sants-Montjuïc	5,5	5,7	6,0	5,8	5,6	5,2	5,2	5,6	5,7	5,4
4. Les Corts	6,6	6,7	6,7	6,7	6,8	5,2	5,1	5,5	5,6	5,5
5. Sarrià-Sant Gervasi	6,3	6,4	6,6	6,7	6,6	4,9	5,0	5,4	5,5	5,4
6. Gràcia	6,6	6,4	6,7	6,7	6,7	5,4	5,3	5,8	5,7	5,8
7. Horta-Guinardó	6,3	6,6	6,4	6,3	6,3	5,5	5,4	5,6	5,7	5,6
8. Nou Barris	5,6	5,9	5,9	5,9	6,0	5,4	5,1	5,6	5,7	5,7
9. Sant Andreu	5,7	6,0	6,1	6,2	6,0	5,1	5,2	5,6	5,8	5,5
10. Sant Martí	5,7	5,8	5,8	6,0	5,9	5,4	5,3	5,5	5,6	5,5

Departament d'Estadística. Ajuntament de Barcelona.

Font: Enquesta de victimització. Ajuntament de Barcelona.

1.7.2. Neteja

- L'activitat turística, com a gran consumidora de l'espai públic, exerceix una gran pressió sobre els serveis de recollida de residus i neteja de l'espai públic de la ciutat. Així mentre la despesa per càpita d'aquest servei està al voltant dels 160 € per càpita a Barcelona, la mitjana de la província per càpita és de 100 €. A més el servei s'intensifica en la zona centre de la ciutat, on la ràtio es situa al voltant dels 200 €/ persona.

- La zonificació de la ciutat en funció del seu ús i activitats principals obliga a compartimentar la ciutat en funció del nivell de servei que requereixen. Les tipologies identificades són:
 - Turisme comercial monumental (per exemple, el Gòtic)
 - Turisme comercial (per exemple, el Quadrat d'Or)
 - Comercial d'alta densitat (per exemple, Sant Antoni) i mitjana densitat (per exemple, Escorial i Travessera de Dalt)
 - Oci (per exemple, Gràcia)
 - Residencial-comercial (per exemple, l'Eixample)
 - Residencial (per exemple, Vallcarca, Penitents)
 - Grans vies (per exemple, Diagonal, Gran Via ...)
 - Industrial o muntanya (per exemple, El Rectorat, Bon Pastor)
 - Específic de Ciutat Vella

- L'alta freqüentació de determinades zones turístiques incrementa la demanda de neteja dels espais públics (més serveis de recollida de residus i més sovint, més servei de neteja de carrers i més sovint). Per zones, és la zona central on es destinen més recursos econòmics per càpita, amb una ràtio aproximada de 200 €/ resident. La zona centre engloba els principals eixos comercials de la ciutat així com bona part dels monuments i atraccions turístiques i, per tant, requereix de més serveis de recollida comercial i de neteja de carrers. La despesa mitjana per habitants del servei de recollida de residus i neteja de l'espai públic de Barcelona és de 160 €/ habitant. ²

- El problema de la neteja de l'espai públic a les zones altament turístiques de Barcelona, si bé encara no és crític com posa de relleu l'enquesta de satisfacció que Turisme de Barcelona realitza regularment als turistes de Barcelona, ja que les dades respecte a la valoració sobre diferents aspectes de la ciutat atorguen a la "neteja general" una puntuació de 7,26 / 10 (2009) que no és dolenta, hem de fer esment al fet que, juntament amb "contaminació atmosfèrica", "sorolls" i "seguretat", són els aspectes de la ciutat que tenen una valoració més baixa, el qual és un toc d'atenció cara el futur.

Aquest toc d'atenció sobre la incidència negativa de la neteja en la imatge turística de la ciutat, és corroborat per "l'Estudi sobre la imatge de Barcelona als mercats emissors" dut a terme per l'Oficina del Pla Estratègic de Turisme de la ciutat al 2009. En aquest estudi, els turistes valoraven el que creien que era el "millor" i el "pitjor" de Barcelona, i la "brutícia i sorolls" estava entre els tres factors que pitjor (juntament amb massificació, inseguretat) valoraven els turistes a la ciutat, especialment aquells que ja hi havien, si bé encara eren un percentatge relativament petit (7,9%) sobre els que van citar algun aspecte negatiu (80% del total).

- *Si ens referim al Districte de Les Corts, en termes generals no presenta problemes greus de neteja, a excepció de zones molt concretes que tenen una major pressió degut al seu elevat volum de fluxos turístics, per exemple entorn a les instal·lacions del FC Barcelona en dies de màxima afluència (partits). Tot i així aquest factor no és actualment un condicionant negatiu pel desenvolupament turístic. En tot cas, en la mesura en que augmentin els fluxos, s'hauria de fer un seguiment i adoptar mesures preventives.*

² El Turisme a la ciutat de Barcelona. Anàlisi ambiental. Mcrit. Set. 2010

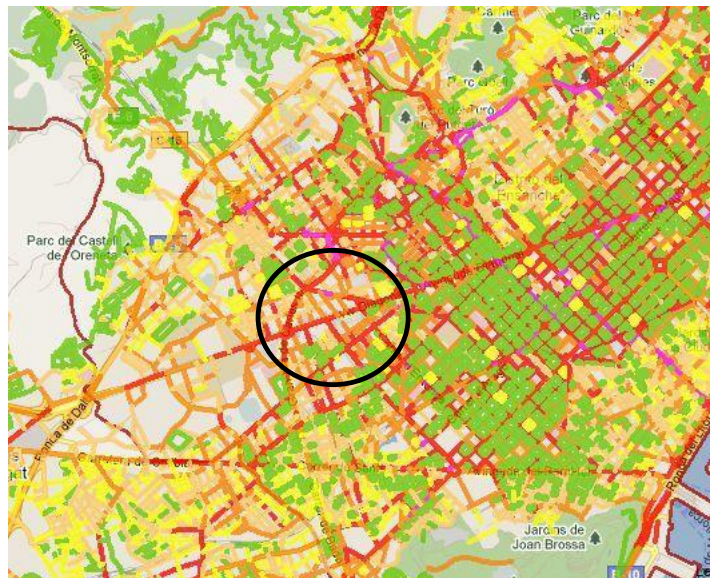
1.7.3. Qualitat ambiental acústica: soroll

- La contaminació acústica esdevé un element negatiu de la qualitat de l'experiència turística, i alhora les activitats turístiques solen produir nivells de soroll que en alguns casos poden ocasionar problemes a la població resident, sobretot en aquells llocs a on es concentra una oferta intensiva d'oci (terrasses, oci nocturn, zones "peatonals"- comercials, etc).
- La contaminació sonora és una font d'insatisfacció per part del turista que visita la ciutat de Barcelona, si bé encara no és crítica, com posa de relleu l'enquesta de satisfacció que Turisme de Barcelona realitza regularment als turistes de Barcelona, en què les dades respecte a la valoració sobre diferents aspectes de la ciutat atorguen al tema de "sorolls" una puntuació del 6,65/10 (2009) que si bé encara "aprova", el "soroll" ocupa el pitjor lloc en la valoració dels aspectes turístics de la ciutat de Barcelona.
- La incidència negativa de la *contaminació acústica en la imatge i satisfacció turística en la ciutat* la corrobora "l'Estudi sobre la imatge de Barcelona als mercats emissors" dut a terme per l'Oficina del Pla Estratègic de Turisme de la ciutat al 2009. En aquest estudi, els turistes valoraven el que creien que era el "millor" i el "pitjor" de Barcelona, i la "*brutícia i sorolls*" estava entre els tres factors que pitjor (juntament amb massificació, inseguretat) valoraven els turistes a la ciutat, especialment aquells que ja havien estat, si bé en un percentatge relativament petit (7,9 %) respecte els que van citar algun aspecte negatiu (80 % del total).
- A Barcelona, les *fonts principals de soroll* són el "*trànsit*" en primer lloc i les "*activitats d'oci*" en segon lloc. Les grans "infraestructures de transport" i les "zones comercials" són fonts secundàries. Si bé el trànsit és un fenomen generalitzat a tota la ciutat, les zones d'oci es localitzen en zones més puntuals, especialment aquelles a on es concentren major nombre de visitants i turistes.
- A l'Enquesta d'hàbits i valors sobre el medi ambient i sostenibilitat (2008), el soroll associat a l'oci nocturn representa un dels comportaments incívics que més molesten els habitants de la ciutat i el 29 % dels enquestats qualifica el soroll com acte incívic molt molest.³
- Existeixen 3 grans tipologies de zones d'activitats d'oci:
 - *Ubicades als antics nuclis de Barcelona*, que es caracteritzen per ser zones de vianants i amb presència de places sense trànsit. Aquí hi ha presència de petits o mitjans locals d'oci nocturn, que conviuen amb zones d'ús residencial. Els exemples típics serien Ciutat Vella i Gràcia.

³ El Turisme a la ciutat de Barcelona. Anàlisi ambiental. Mcrit. Set. 2010

- Ubicades en zones amb una elevada mobilitat i d'ús residencial, on el soroll d'oci (excepte en punts concrets) queda emmascarat pel soroll del trànsit. Aquest seria el cas de l'Eixample.
 - Ubicades en una zona que no és de pas, per tant amb una mobilitat reduïda, amb usos barrejats d'habitatge i industrial o portuari. La molèstia sobre la població en general és menor degut a que l'ús residencial o bé no està proper o bé no és el majoritari. Aquest seria el cas de Sant Martí, que té la zona del Port Olímpic i altres zones que combinen els usos industrial – residencial – oci.
- *La relació entre turisme i contaminació acústica al Districte de Les Corts, no presenta problemes destacables, ja que no hi ha importants zones d'oci nocturn, i la que hi ha es localitza preferentment a les zones més properes a l'Avinguda Diagonal i a l'Eixample, ambdues zones de caràcter menys residencial i trama urbana menys densa. Respecte al soroll generat pel trànsit, els problemes queden acotats als grans eixos viaris que en el cas de Les Corts són l'Avinguda Diagonal, una de les principals portes d'entrada i sortida de la ciutat, la Gran Via de Carles III, Avinguda Sarrià, el Carrer Numància i la Travessera de Les Corts.*

Mapa Soroll de Barcelona. Zones amb nivells més elevat de soroll al Districte



Zona de trànsit intens: Avda. Diagonal, Carles III, Avda. Sarrià, Numància i Tra. de Les Corts

Font: Generalitat de Catalunya

- Tal com ens mostra el mapa del soroll de Barcelona, podem dir que excepte a la proximitat d'aquests grans eixos, no hi ha problemes greus de contaminació acústica que puguin afectar negativament el turisme. En tot cas, i en la mesura en que s'hi desenvolupin les activitats turístiques i lúdiques s'haurà de fer un seguiment per evitar que es converteixi en un problema tal com ha succeït a altres districtes de Barcelona.

1.7.4. Qualitat ambiental atmosfèrica

- El problema de la contaminació atmosfèrica a la ciutat de Barcelona encara no és crític des del punt de vista turístic, com posa de relleu l'enquesta de satisfacció que Turisme de Barcelona realitza regularment als turistes allotjats en hotels de Barcelona, ja que les dades respecte a la valoració sobre diferents aspectes de la ciutat atorguen a la "contaminació atmosfèrica" una puntuació de 6,92/10 (2009) que no és dolenta, si bé hem de fer esment al fet que juntament amb "seguretat ciutadana" i "sorolls", són els aspectes de la ciutat que tenen una valoració més baixa, la qual cosa és un toc d'atenció cara al futur.
- Creiem que, en tot cas, els problemes de contaminació ambiental es concentren sobretot en les zones més cèntriques de la ciutat, que per la seva ubicació, i pel fet de tenir una major concentració de trànsit, registren els índex més desfavorables.
- *Respecte al Districte de Les Corts, els problemes de contaminació ambiental són puntuals i es localitzen al voltant dels principals eixos de trànsit, especialment a l'Avinguda Diagonal i Gran Via de Carles III, i actualment no són rellevants des del punt de vista turístic.*

1.8. ACCESSIBILITAT I MOBILITAT INTERNA

1.8.1. Consideracions prèvies

- L'accessibilitat dels mercats potencials respecte als nodes i recursos més rellevants del Districte és un punt d'especial importància, ja que unes bones condicions d'accessibilitat respecte als centres emissors de fluxos turístics, és una condició "sine quanon" per a poder captar-los.
- En parlar de *mobilitat turística interna* ens referim a la facilitat que ha de tenir el visitant, una vegada arribat al barri o Districte, per desplaçar-se de forma còmoda per gaudir-ne.
- Com a marc de referència i abans d'entrar en el particular del Districte, hem de fer esment a l'Estudi de Mobilitat Turística a Barcelona realitzat l'any 2008 per Doymo, per encàrrec del Pla Estratègic de Turisme de Barcelona, que ens permetrà centrar l'anàlisi:

A "nivell ciutat" l'estudi distingeix dos tipus de desplaçaments generats pel turisme:

- Els *desplaçaments de connexió* amb la ciutat (entrada o sortida). En el cas dels turistes, cap al lloc a on s'hostatgen i en el cas dels excursionistes, cap al lloc motiu principal de la seva visita.
- Els *desplaçaments interns a la ciutat*: Cada turista i excursionista realitza entre 2 i 5 viatges per l'interior de la ciutat cada dia.

Els desplaçaments de connexió

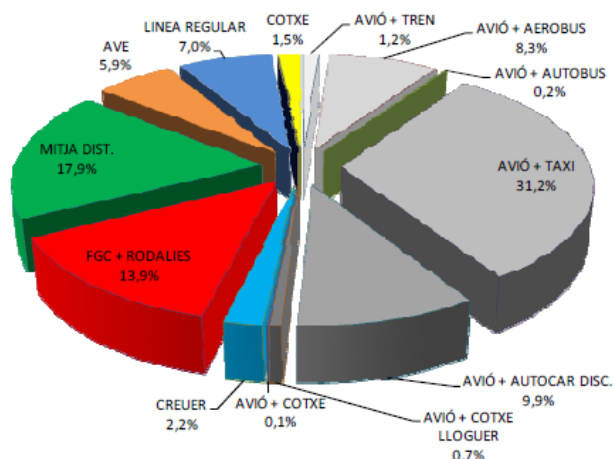
Turistes

- El repartiment modal dels desplaçaments de connexió dels "turistes" és molt diferent del dels "excursionistes" i entre els "turistes" també hi ha diferències en funció del motiu del viatge: vacances turístiques o negoci.

		TURISTA HOTEL		TURISTA ALTRES		total turistes
		TURISME	NEGOCIS	TURISME	NEGOCIS	
TOTAL		3.329.538	3.329.538	2.713.209	2.713.209	12.085.492
AVIÓ	TREN	29.668	27.759	56.227	30.150	1,2%
	AEROBUS	420.294	55.518	472.309	60.301	8,3%
	AUTOBUS	9.889	-	11.245	-	0,2%
	TAXI	993.873	1.276.923	569.769	934.665	31,2%
	AUTOCAR DISC.	410.405	333.110	397.339	60.301	9,9%
	COTXE LLOGUER	24.723	27.759	-	30.150	0,7%
	COTXE	4.945	-	3.748	-	0,1%
	METRO	-	-	-	-	0,0%
CREUER	CREUER	240.980	-	20.298	-	2,2%
FERROCARRIL	RODALIES	222.272	599.920	178.223	677.664	13,9%
	MITJA DIST.	356.045	723.859	390.987	696.872	17,9%
	AVE	250.062	153.546	122.924	181.663	5,9%
AUTOCAR	LINEA REGULAR	258.391	111.585	455.806	20.200	7,0%
	AUTOCAR DISC.	-	-	-	-	0,0%
COTXE	COTXE	107.990	19.557	34.331	21.241	1,5%
		3.329.538	3.329.538	2.713.209	2.713.209	

Font: Estudi Anàlisi de la mobilitat turística de la ciutat de Barcelona. DOYMO (2010)

Repartiment modal dels turistes als accessos a la ciutat



Font: Estudi Anàlisi de la mobilitat turística de la ciutat de Barcelona. DOYMO (2010)

- Més de la meitat (50.5%) dels turistes de la ciutat (tots els que passen una nit a la ciutat) es desplaça a Barcelona en avió, d'aquests, el 31.2% arriba al terme municipal de la ciutat en taxi. Un 5.9% de les entrades de turistes es realitzen en AVE i el cotxe és poc utilitzat per accedir a la ciutat. Com és obvi, no es detecten desplaçaments a peu ni en bicicleta als accessos de la ciutat.

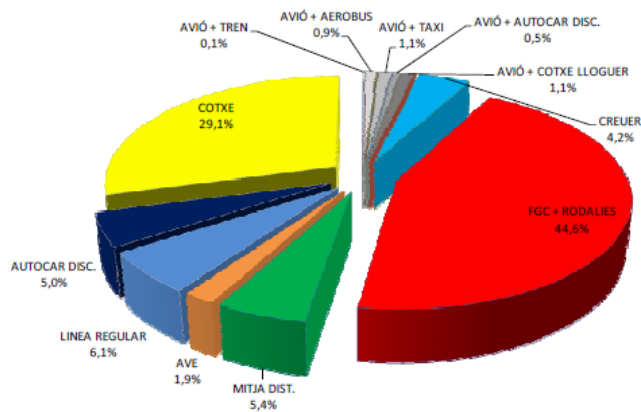
Excursionistes

- Els excursionistes s'han dividit en "forans" i "locals", i a la vegada pels motius de vacances o de negoci. Els "excursionistes" de Barcelona forans i que estan de vacances, en gran part són turistes d'altres municipis que passen el dia a la ciutat i els seus hàbits de mobilitat són molt diferents als turistes i als visitants de la ciutat per motius de negoci.

		EXCURS. FORÀ		EXCURS. LOCAL		total excursionistes
		TURISME	NEGOCIS	TURISME	NEGOCIS	
TOTAL		2.990.029	2.990.029	4.875.000	1.625.000	12.480.057
AVIÓ	TREN	16.889	-	-	-	0,1%
	AEROBUS	115.813	-	-	-	0,9%
	AUTOBUS	2.413	-	-	-	0,0%
	TAXI	33.779	97.421	-	-	1,1%
	AUTOCAR DISC.	67.557	-	-	-	0,5%
	COTXE LLOGUER	36.191	97.421	-	-	1,1%
	COTXE	-	-	-	-	0,0%
	METRO	-	-	-	-	0,0%
CREUER	CREUER	522.611	-	-	-	4,2%
FERROCARRIL	RODALIES	1.181.365	1.936.980	1.184.938	1.265.713	44,6%
	MITJA DIST.	86.510	202.075	177.787	202.469	5,4%
	AVE	2.860	211.698	1.709	19.283	1,9%
AUTOCAR	LINEA REGULAR	124.467	32.634	602.942	-	6,1%
	AUTOCAR DISC.	253.936	-	367.422	-	5,0%
COTXE	COTXE	545.638	411.801	2.540.201	137.535	29,1%
		2.990.029	2.990.029	4.875.000	1.625.000	

Font: Estudi Anàlisi de la mobilitat turística de la ciutat de Barcelona. DOYMO (2010)

Repartiment modal dels excursionistes als accessos a la ciutat



Font: Estudi Anàlisi de la mobilitat turística de la ciutat de Barcelona. DOYMO (2010)

- Les entrades a la ciutat amb transport ferroviari destaquen per sobre de la resta amb el 44.6% del repartiment modal, també destaca el 29.1% de les arribades en cotxe i la baixa utilització de l'avió (3.7%).

Degut a las característiques del Districte, aquest tipus de mobilitat de connexió té poca rellevància i per tant no aprofundirem més en aquesta tipologia.

Els desplaçaments interns a la ciutat

Cada turista o excursionista realitza entre 2 i 5 viatges per l'interior de la ciutat cada dia. La coneixença d'aquest tipus d'hàbits de desplaçament és molt més rellevant per al Districte.

Els desplaçaments interns dels turistes

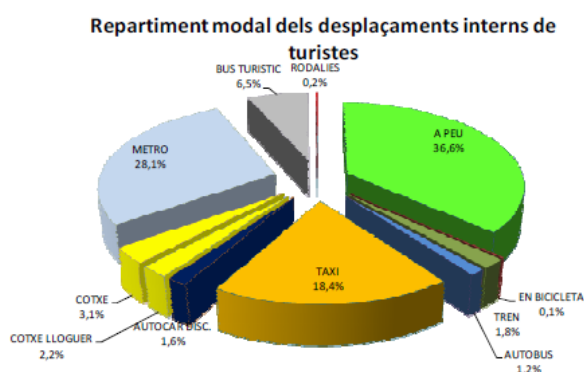
- Els pràcticament 43 milions de desplaçaments interns que realitzen els turistes a la ciutat cada any presenten la següent composició modal:

TURISTES 2008					
12.085.492					
TURISTES	TURISTA HOTEL		TURISTA ALTRES		TOTAL TURISTES
	TURISME	NEGOCIS	TURISME	NEGOCIS	
TURISTES	3.329.538	3.329.538	2.713.209	2.713.209	12.085.492
DESPL. PERS.	4,9	4,3	5,0	4,4	4,6
DESPLAÇAMENTS	16.314.734	14.317.011	13.566.043	11.938.117	56.135.905
A PEU	6.179.253	4.405.234	5.437.865	4.547.854	36,6%
EN BICICLETA	37.678	-	28.620	-	0,1%
TREN	37.678	-	429.305	568.482	1,8%
AUTOBUS	339.105	-	343.444	-	1,2%
TAXI	1.356.421	5.506.543	629.648	2.842.409	18,4%
AUTOCAR DISC.	452.140	-	457.925	-	1,6%
COTXE LLOGUER	75.357	550.654	57.241	568.482	2,2%
COTXE	301.427	550.654	343.444	568.482	3,1%
METRO	5.425.685	3.303.926	4.207.190	2.842.409	28,1%
BUS TURISTIC	2.072.310	-	1.574.119	-	6,5%
RODALIES	37.678	-	57.241	-	0,2%
	16.314.734	14.317.011	13.566.043	11.938.117	56.135.905

Notes:
Desplaçaments unidireccionals

Font: Estudi Anàlisi de la mobilitat turística de la ciutat de Barcelona. DOYMO (2010)

- Els turistes realitzen menys desplaçaments diaris per persona (4.6) que els excursionistes, que realitzen una mitjana de 5,3 desplaçaments per persona.
- Cal tenir en compte que un habitant de la ciutat realitza una mitjana de 3 desplaçaments al dia, aproximadament.
- *La major part dels desplaçaments interns dels turistes es realitzen a peu i en metro (65%).* Cal destacar que les principals destinacions turístiques de la ciutat estan perfectament comunicades amb metro i són totalment accessibles a peu, sobretot tenint en compte l'oferta de places hoteleres de la ciutat, que es concentren a l'Eixample i Ciutat Vella.



Font: Estudi Anàlisi de la mobilitat turística de la ciutat de Barcelona. DOYMO (2010)

- El cotxe no és un mitjà de transport útil per moure's per l'interior de la ciutat. El taxi amb el 5,3% de quota modal és el tercer mode més emprat per desplaçar-se.
- Els punts de màxima concentració de visites per part dels turistes de la ciutat són els següents:

Top 5 de visites de Turistes

Nacionalitat	Espanyol	Regne unit	Itàlia	EEUU	França	Alemanya
Top 1	Rambles	Rambles	Rambles	Rambles	Rambles	Rambles
Top 2	Passeig de Gracia	Barri Gòtic	Barri Gòtic	Passeig de Gracia	Barri Gòtic	Barri Gòtic
Top 3	Port Olímpic	Passeig de Gracia	Passeig de Gracia	Barri Gòtic	Passeig de Gracia	Passeig de Gracia
Top 4	Barri Gòtic	Sagrada Família	Sagrada Família	Sagrada Família	Port Olímpic	Sagrada Família
Top 5	Eixample	Port Olímpic	Port Olímpic	Port Olímpic	Sagrada Família	Port Olímpic

- Totes aquestes visites es poden realitzar en 1,5 – 2 dies i componen les principals preferències dels visitants a la ciutat. La proximitat dels punts i el caràcter, l'orografia i la climatologia de la ciutat conviden a realitzar aquests desplaçaments a peu o com a màxim en metro.

Els desplaçaments interns dels excursionistes

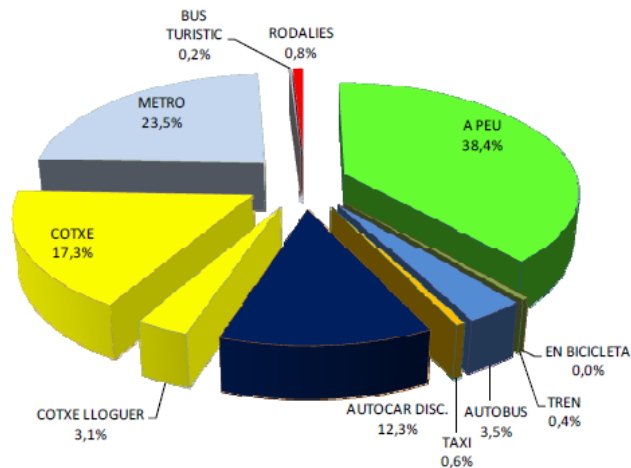
- Cada excursionista realitza una mitjana de 4,6 desplaçaments a la ciutat durant un "dia tipus", pel que es realitzen de l'ordre de 57,4 milions de desplaçaments interns a l'any.

EXCURSIONISTES					Repartiment mo	
					12.480.057	
		EXCURS. FORA		EXCURS. LOCAL		TOTAL EXCURS.
		TURISME	NEGOCIS	TURISME	NEGOCIS	
TURISTES		2.990.029	2.990.029	4.875.000	1.625.000	12.480.057
DESPL. PERS.		5,4	4,8	5,8	4,9	5,3
DESPLAÇAMENTS		16.146.154	14.352.137	28.275.000	7.962.500	66.735.791
A PEU		6.805.138	2.870.427	11.944.206	2.654.167	36,4%
EN BICICLETA		-	-	-	-	0,0%
TREN		224.698	-	-	-	0,3%
AUTOBUS		609.894	-	1.374.112	-	3,0%
TAXI		288.897	-	52.850	-	0,5%
AUTOCAR DISC.		1.990.182	-	5.073.645	-	10,6%
COTXE LLOGUER		224.698	2.870.427	-	-	4,6%
COTXE		1.027.191	5.740.855	2.325.421	5.308.333	21,6%
METRO		4.750.757	2.870.427	7.187.664	-	22,2%
BUS TURISTIC		96.299	-	-	-	0,1%
RODALIES		128.399	-	317.103	-	0,7%
		16.146.154	14.352.137	28.275.000	7.962.500	66.735.791

Font: Estudi Anàlisi de la mobilitat turística de la ciutat de Barcelona. DOYMO (2010)

- El 59% dels desplaçaments interns dels excursionistes es realitzen a peu i en metro (3 de cada 5 viatges). Destaca la utilització de cotxe privat, donat que l'excursionista local de fora de la RMB, es mou en cotxe tant per l'interior de la ciutat com als seus accessos.

Repartiment modal dels desplaçaments interns de excursionistes



Font: Estudi Anàlisi de la mobilitat turística de la ciutat de Barcelona. DOYMO (2010)

- El cotxe només és un mode de transport útil per moure's per l'interior de la ciutat si els desplaçaments es realitzen en cap de setmana, que és el moment on l'excursionista local (fora de la RMB) aprofita per moure's per la ciutat de Barcelona.

De l'estudi anterior podem treure les **conclusions** següents:

- Considerant les dimensions, l'urbanisme, la topografia i el clima, *la ciutat de Barcelona és idònia per moure's a peu*, sobretot si tenim en compte que gran part dels principals focus d'atracció turística es localitzen a Ciutat Vella i l'Eixample. En aquest sentit, és essencial dimensionar una senyalització vertical que permeti orientar en l'espai els nostres turistes i excursionistes. Actualment aquesta senyalització o bé és inexistent (Eixample) o bé la que hi ha (Ciutat Vella, Gràcia, etc) només té escrita la referència en català.

- La gran importància de ser accessible en metro i/o a peu, ja que aquests modes de desplaçament representen el 65% dels desplaçaments que fan els turistes a Barcelona, i el 59% dels desplaçaments que fan els excursionistes.
- L'important pes que té el "Bus turístic" entre els turistes (6,5% dels desplaçaments). Contrasta amb la mínima rellevància que aquest mitjà té pels "excursionistes".
- Deixant a banda el taxi, els altres mitjans de transport tenen molt poc pes com a mitjà de mobilitat interna dels "turistes".
- Entre els "excursionistes" hem de destacar el pes que té l'autocar discrecional (10,6%), degut a que una part important d'aquests excursionistes ve en grups organitzats. Això planteja cada cop més problemes a les zones de concentració de les grans "icones" (Sagrada Família, etc). També té importància el cotxe (26,2 %) principalment pels "excursionistes per motiu de negocis" i els "excursionistes catalans per lleure" (fonamentalment els caps de setmana).

1.8.2. Característiques generals de l'accessibilitat i mobilitat al Districte de Les Corts

- En termes generals el Districte té unes molt bones condicions d'accessibilitat turística, tant respecte a les principals "portes d'entrada" a la ciutat (Diagonal, Rondes, Aeroport i Estació de Sants) com respecte a les "àrees de concentració turística i hotelera" (el Districte també té una important concentració hotelera). Respecte a la *mobilitat interna*, en general és bona, però presenta alguns problemes de discontinuïtats en els desplaçaments a peu entre els seus nodes, degut al fet que alguns recorreguts són massa llargs o transcorren per zones poc "animades" o sense atractius rellevants.
- En primer lloc hem de dir que el Districte, reuneix bones condicions **desplaçaments "a peu"** (que és el mode de desplaçament més utilitzat pel turista a Barcelona), ja que és a prop de zones de la ciutat més importants turísticament (l'Eixample). Té un urbanisme ordenat i sense grans pendents i la Diagonal, és un element de connexió de primera qualitat, que a més, actua com a recurs turístic "per se". Les principals atraccions de Les Corts es poden recórrer a peu perquè estan relativament a prop les unes de les altres i no hi ha obstacles o impediments urbanístics. Aquest tipus de desplaçament només presenta algunes dificultats de vinculació amb els nodes i atraccions de la part superior del barri de Pedralbes (Monestir de Pedralbes) a causa d'algunes discontinuïtats, si bé aquests són problemes que es poden resoldre.

La senyalització vertical orientativa en general és bastant bona des del punt de vista del barceloní, però deficient des del punt de vista turístic (només està en català i no destacar els elements d'interès per al turista).

La infraestructura **d'accessibilitat motoritzada** al Districte és molt bona tant en relació amb la resta de la ciutat i com amb l'exterior, ja que les principals vies d'entrada i sortida a la ciutat de Barcelona creuen el Districte. Per mitjà de l'Avinguda Diagonal i de les Rondes de Dalt i del Mig, el Districte està connectat amb les principals vies de comunicació que, sortint de Barcelona, es dirigeixen cap al sud, oest i l'Aeroport.

La seva trama urbana, un urbanisme ordenat amb carrers amples (excepte al nucli antic) arranats i sense dificultats orogràfiques destacables (excepte a la part més propera a la muntanya de Collserola) i amb abundància de places d'aparcament, facilita l'accessibilitat motoritzada tant en automòbil com en bus o autocar.

- Pel que fa al **metro** el *panorama és en general positiu*, ja que aquest és un mitjà molt utilitzat tant pel turista com per l'excursionista i el Districte està ben comunicat amb la xarxa de metro i amb perspectives de que aquesta connexió millori. La Línia 3 té actualment quatre estacions al Districte, tres al tram superior de la Diagonal (Zona Universitària, Palau Reial i Maria Cristina) i una altra propera al Nucli Antic (Les Corts). La Línia 5 també té una estació al límit del Districte amb Sants (Plaça del Centre).

Actualment les zones menys cobertes pel metro són la zona més propera a la Plaça Francesc Macià (Node del carrer Loreto) i la part superior de Pedralbes, que inclou el node Monestir de Pedralbes, tot i que l'Estació de la Línia 6 (FGC) "Reina Elisenda", ja al Districte de Sarrià, es pot considerar un accés relativament proper (encara que amb problemes de discontinuïtat). Cara al futur, però sense terminis definits, està previst el perllongament d'aquesta línia fins al Parc de Cervantes, on hauria de connectar amb la també prevista prolongació (sense terminis definits) de la L3.

L'entrada en servei de la L9 -actualment en construcció- contribuirà molt a millorar l'accessibilitat en metro al Districte. Tindrà les estacions de Camp Nou, Zona Universitària (intercanviador amb la L3) Campus Nord i Manuel Girona.

- Hem de destacar un mitjà de transport molt rellevant al Districte: el **tramvia**, que recorre tot l'eix de la Diagonal, i és un mitjà còmode i agradable per a l'ús turístic, ja que es alhora mitja de transport i atracció molt utilitzat pel turisme.
- Un element molt favorable respecte a l'accessibilitat i mobilitat turística és que el **Bus Turístic**, tant el Bus Turístic oficial com el City Bus (privat), té una important presència al Districte, amb uns recorreguts que passen pels seus principals eixos i parades a les atraccions més rellevants.
- Respecte a les altres modalitats de transport turístic, el Districte és molt idoni per a ser recorregut en **bicicleta**, ja que no hi ha excessives pendents i disposa d'un bon carril bici al llarg de tota l'Avinguda Diagonal, un recorregut còmode i atractiu.

1.8.3. Accessibilitat i mobilitat als nodes turístics rellevants

Node Monestir de Pedralbes

- *Porta d'Entrada Principal*: Jardins de la Creu de Pedralbes, Parades Bus Turístic.
- *Modes d'accés* (des dels mercats potencials):
 - *A peu*: Dolent. Molt allunyat del les concentracions hoteleres.
 - *Metro*: Actualment Regular. Estació L6 (FGC) "Reina Elisenda". Una mica allunyada i amb trams de discontinuïtat.
 - *Autocar*: Bo.
 - *Automòbil*: Bo
 - *Bus Turístic*: Bo
- *Mobilitat interna* (a peu):
 - *Bona*. El conjunt de recursos que hi ha al node poden ser visitats a peu de forma fàcil i còmoda. Estan molt a prop i en un entorn agradable i còmode per circular.
- *Connexions amb altres nodes i recursos* (a peu):
 - *En general: Regular*. La ubicació del node a un extrem del Districte i allunyat d'altres nodes fa que la connexió a peu no sigui massa bona turísticament:
 - Respecte al Node Palau Reial i Finca Güell: La connexió via Avinguda Pedralbes, si bé té un entorn agradable, és molt "buida", sense comerç ni "vida" i és molt llarga (1Km) i en pendent, això fa que sigui dissuasòria per la majoria de turistes.
 - La connexió amb el Node de Sarrià és millor, ja que la distància és més curta (aprox. 700 m) i sense pendent, si bé passa també per una zona molt residencial, el que suposa una certa discontinuïtat.
 - Amb el Parc Castell de l'Oreneta: És un recurs molt proper, però queda una mica amagat per als visitants del Monestir.
 - Milliores en la senyalització poder atenuar aquests problemes.

Node del Palau Reial

- *Porta d'Accés Principal*: Estació de Metro L3 "Palau Reial" i parada Bus Turístic.
- *Modes d'accés* (des dels mercats potencials):
 - *A peu*: Dolent. Es un node encara excèntric que obliga a caminar massa.
 - *Metro*: Molt Bona. Estació pròpia L3 "Palau Reial".

- *Tramvia*: Bo. Parada pròpia.
- *Autocar*: Bo. Però poc rellevant pels turistes. Problemes d'aparcament.
- *Automòbil*: Bo. Però poc rellevant pels turistes. Problemes d'aparcament.
- *Bus Turístic*: Bo. Parada pròpia.
- *Mobilitat interna (a peu)*:
 - *Regular*: Des del Palau Reial s'ha de donar una gran volta per visitar la Finca Güell i la "Porta del Drac" de Gaudí. L'habilitació d'un accés públic a la part posterior del Palau Reial i una adequada senyalització, solucionarien aquest inconvenient i permetrien que pogués ser visitat fàcil i còmodament a peu.
- *Connexions amb altres nodes i recursos (a peu)*:
 - *Respecte al Node del FC Barcelona*. Bastant Bona. Via Avinguda Martí i Franquès, si bé s'ha de recórrer uns 400 m per una avinguda poc animada i comercial.
 - Respecte als altres nodes i recursos, especialment el Palau de Congressos -Parc de Cervantes i al Monestir de Pedralbes- bastant difícil, per les distàncies a recórrer i perquè són itineraris per zones residencials poc animades.

Node Palau Congressos, Hotel Juan Carlos I i Parc Cervantes

- *Porta d'Accés Principal*: Estació de Metro L3 "Zona Universitària".
- *Modes d'accés* (des dels mercats potencials):
 - *A peu*: Dolent. És un node molt excèntric que obliga a caminar massa.
 - *Metro*: Bo. L3. Connexió directa amb l'Eixample i Ciutat Vella. A futur, millores amb la propera arribada de la L9. *Ha de ser el mode rellevant a potenciar.*
 - *Tramvia*: Bona.
 - *Autocar*: Bo. Accés directe des de les Rondes i la Diagonal.
 - *Automòbil*: Bo. Accés directe des de les Rondes i la Diagonal.
 - *Bus Turístic*: Bastant Dolent. La parada més propera "Palau Reial" queda massa lluny.
- *Mobilitat interna* (a peu):
 - *Bona*. Els recursos poden ser visitats fàcilment i còmodament a peu.
- *Connexions amb altres nodes i recursos* (a peu):
 - *En general difícil*. La seva ubicació perifèrica i el recorregut respecte a altres nodes importants -sobre tot amb el FC Barcelona i el Monestir de Pedralbes- dificulta aquesta vinculació.
 - Fins i tot amb el node més proper com és el Palau Reial, té una certa dificultat atesa la distància a caminar i el tipus de recorregut, poc animat i poc comercial. Una millor senyalització tant orientativa com interpretativa (de l'arquitectura i dels jardins de la Zona Universitària) de l'itinerari (Avinguda Diagonal) podrien millorar aquesta vinculació.

Node FC Barcelona i Maternitat

- *Portes d'Accés Principals*: Estacions de Metro de la L3 "Palau Reial", tramvia i Bus Turístic.
- *Portes d'Accés Alternatives*: Degut a la relativa proximitat de diverses estacions i línies de metro, es poden considerar altres portes alternatives: L3 "Les Corts" i "Maria Cristina" i L5 "Collblanc". L'entrada en servei de la L9 implicarà disposar d'una estació molt propera: "Camp Nou".
- *Modes d'accés* (des dels mercats potencials):
 - *A peu*: Dolent. És un node encara excèntric que obliga a caminar massa des de l'Eixample.
 - *Metro*: Bastant bo (vegeu més amunt).
 - *Tramvia*: Bastant bo.
 - *Autocar*: Bo. Facilitat d'accés i aparcament.
 - *Automòbil*: Bo. Facilitat d'accés i aparcament.
 - *Bus Turístic*: Molt bo. Parada pròpia de les dues companyies que hi operen.

- *Mobilitat interna (a peu):*

Bona, però millorable: Des del punt focal del Node, que és la parada del bus turístic i l'accés al Museu del FC Barcelona, l'altra atracció rellevant és el Conjunt de la Maternitat, fàcilment accessible a peu (300 metres) via Avinguda Joan XXIII, però que molt pocs turistes arriben a conèixer. Seria necessari senyalitzar l'itinerari (orientativament i informativament) per tal de fer possible aquesta vinculació. Aquest itinerari, a més és estratègicament important, ja que permetria vincular un "driver" tant important com és el FC Barcelona, amb el Nucli Antic de les Corts, "via Maternitat".

- *Connexions amb altres nodes i recursos (a peu):*

- *Respecte al Node del Palau Reial.* Bastant Bona. Via Avinguda Martí i Franquès. si bé s'han de recórrer uns 500 metres per una avinguda poc animada i poc comercial.
- *Respecte al Nucli Antic de les Corts.* Ara és molt difícil perquè no s'han definit ni potenciat elements de connexió. En un futur podria ser viable aquesta connexió, potenciant prèviament la connexió Barça–Maternitat (esmentada més amunt), per després potenciar la vinculació Maternitat – Nucli Antic de Les Corts, via carrer Mejía Lequerica (Antic Frenopàtic).
- *Respecte als altres nodes i recursos,* especialment respecte al Palau de Congressos -Parc Cervantes i al Monestir de Pedralbes, vinculació molt difícil per les distàncies a recórrer i perquè són itineraris que transcorren per zones residencials poc animades.

Node Eix Comercial Avinguda Diagonal

- *Portes d'Accés Principals*: Estacions de Metro de la L3 “Maria Cistina” i Avinguda Diagonal i Tramvia.
- *Modes d'accés* (des dels mercats potencials):
 - *A peu*: Regular. La Diagonal és un bon eix de connectivitat a peu, tot i que hi ha una certa discontinuïtat entre el carrer Entença i la Plaça Francesc Macià.
 - *Metro*: Bo.
 - *Tramvia*: Bo.
 - *Autocar*: Irrellevant. Dolent deguts a dificultats d'aparcament.
 - *Automòbil*: Bo. Facilitat d'accés i aparcament.
 - *Bus Turístic*: Regular, però potencialment bo. El Bus Turístic oficial passa per davant, però no hi té parada. Seria convenient que en tingués una a prop. El Bus turístic City Tour (privat) hi té una parada.
- *Mobilitat interna (a peu)*:

Molt bona. Tot l'Eix Comercial (cantó Mar) es connecta per una vorera “tipus bulevard” ampla, còmoda i animada que uneix sense problema de continuïtat tot l'Eix.
- *Connexions amb altres nodes i recursos (a peu)*:
 - *Respecte al Node del Nucli Antic*:
 - *Actualment Dolenta*, ja que urbanísticament no està ben connectat malgrat la proximitat.
 - *Potencialment Bona*, depenent de l'execució del Pla Urbanístic del carrer Europa – carrer Anglesola. Això a més, permetria connectar millor amb l'Eix Comercial Sants – Les Corts.
 - *Respecte al Node Carrer Loreto- Avinguda Sarrià*: *Actualment Regular*, ja que hi ha una pèrdua de dinamisme comercial entre el C/ Numància i Pl. Francesc Macià.
 - *Respecte al Nucli Antic de Les Corts*: Ara és molt difícil perquè no s'han definit ni potenciat elements de connexió. En un futur podria ser viable aquesta connexió, potenciant prèviament la connexió Barça – Maternitat (esmentada anteriorment), per després potenciar la vinculació Maternitat – Nucli Antic de Les Corts, via carrer Mejía Lequerica (Antic Frenopàtic).

Node Nucli Antic de Les Corts

- *Portes d'Accés Principals:* Estacions de Metro de la L3 “Maria Cristina”, L3 “Les Corts” i Avinguda Diagonal.
- *Modes d'accés (des dels mercats potencials):*
 - *A peu:* Regular. La Diagonal és un bon eix de connectivitat a peu, tot i que hi ha una certa discontinuïtat entre el carrer Entença i la Plaça Francesc Macià.
 - *Metro:* Bo.
 - *Tramvia:* Bo.
 - *Autocar:* Irrellevant. Dolenta i dificultats d'aparcament.
 - *Automòbil:* Bo. Facilitat d'accés i aparcament.
 - *Bus Turístic:* Regular, però potencialment bona. El Bus Turístic oficial passa per davant, però no hi té parada. Seria convenient que en tingués una a prop. El Bus turístic City Tour (privat) hi té una parada.
- *Mobilitat interna (a peu):* Bona.
- *Connexions amb altres nodes i recursos (a peu):*
 - *Respecte al Node de l'Eix Comercial Avinguda Diagonal*
 - *Actualment: Dolenta*, ja que urbanísticament no està ben connectat malgrat la seva proximitat.
 - *Potencialment: Bona*, depenent de l'execució del Pla Urbanístic del Carrer Europa – Carrer Anglesola. Això, a més, permetria connectar millor amb l'Eix Comercial Sants – Les Corts.
 - *Respecte al Node Carrer Loreto- Avinguda Sarrià*
 - *Actualment: Dolenta*, per la distància i la dificultat per articular-hi un eix comercial. Una futura remodelació de la Travessera de Les Corts permetria millorar-la.
 - *Respecte al Node FC Barcelona- Maternitat*
 - *Actualment: Dolenta*, per manca d'articulació i senyalització d'un itinerari turístic clar.
 - *Potencialment: Bona*, articulant prèviament la connexió “FC Barcelona Experience” – Maternitat (esmentada anteriorment), per després potenciar la vinculació Maternitat – Nucli Antic de Les Corts, via Carrer Mejía Lequerica (Antic Frenopàtic) i el paper de “Rambla” de la Gran via de Carles III.

1.9. SENYALITZACIÓ TURÍSTICA

La *senyalització* és un element molt important a tenir en compte ja que incideix directament en l'accessibilitat i mobilitat interna dels visitants a les zones o nodes turístics, proporcionant-los una forma fàcil i còmoda perquè puguin orientar-se cap als punts d'interès que desitgen conèixer.

Atesa la importància que la *senyalització* té en la determinació del grau de satisfacció de l'experiència del visitant, li hem dedicat un capítol específic en el qual intentem avaluar la situació actual i prevista de la *senyalització orientadora de proximitat* i la *senyalització informativa e interpretativa* dintre del Districte, però especialment a les zones o nodes turístics identificats com a més rellevants.

Tal com es va comentar al capítol d'Accessibilitat i Mobilitat Interna, els visitants de Barcelona es mouen principalment a peu i en metro, és per això que ens referirem específicament a la *senyalització* per a vianants, deixant de banda la *senyalització viària* per a cotxes per la seva menor rellevància turística.

Entenem per *senyalització orientadora de proximitat* aquella que defineix itineraris preferents de circulació per als visitants *vinculant els punts o elements de major interès turístic* i per tant, ajudant als visitants a accedir-hi des dels principals punts d'accés amb la màxima facilitat i comoditat, sense imposar un recorregut fix o ruta determinada.

La *senyalització informativa i interpretativa* és aquella que se situa en els elements d'interès turístic (panels, cartels i/o plafons informatius) facilitant la seva comprensió i és, per tant, un element essencial per a la valorització sobretot dels recursos patrimonials- culturals del Districte.

1.9.1. Estat de situació de la *senyalització* al Districte Les Corts

- El Districte de Les Corts compta amb importants pols d'atracció turística, per exemple el Camp Nou, l'Eix Comercial de la Diagonal i el Monestir de Pedralbes, però l'espai entre aquests nodes principals també conté punts amb potencial turístic que queden al marge dels fluxos turístics per una manca de visibilitat de cara als visitants.
- A Les Corts, l'escassa distància que separa alguns dels principals punts d'interès turístic i la relativa facilitat de connexió entre aquests nodes per part d'un visitant que es desplaça a peu, fa que la *senyalització* jugui un paper clau en l'aprofitament dels recursos turístic del Districte.
- En els punts següents analitzem la situació del Districte de Les Corts pel que fa a la *senyalètica* turística, subratllant-ne les possibles mancances o millores a realitzar per tal de facilitar i incentivar la *capil·larització* dels fluxos turístics i dels beneficis que aquests aporten al Districte.

Nucli Antic de Les Corts- Eix Comercial de la Diagonal

- El Nucli Antic de Les Corts està situat entre diverses vies de comunicació principals, el carrer Numància, la Travessera de Les Corts, la Gran Via de Carles III i l'Eix Comercial de la Diagonal. De totes aquestes la que presenta un major potencial com a via d'accés turístic és la de la Diagonal. La presència en aquesta avinguda de grans hotels (Hilton), centres comercials (l'Illa, El Corte Inglés, Pedralbes Centre) i oficines (La Caixa, etc.) suposa que hi ha grans fluxos de visitants en la seva proximitat, la majoria dels quals no té coneixement dels recursos turístics i comercials que es troben a la seva disposició al Nucli Antic de Les Corts.
- Disposar d'una senyalèctica que tingui en compte aquesta circumstància, és doncs, fonamental per a una potencial capillarització d'aquests fluxos cap a la trama urbana de Les Corts. Aquesta necessitat guanya força amb la propera obertura de la zona a l'entorn del carrer Anglesola, que un cop acabada la remodelació actualment en curs, permetrà relligar millor aquestes dues àrees (la Diagonal i el Nucli Antic de Les Corts) que fins ara s'havien donat l'esquena mútuament.
- La senyalització actual, tot i ser correcta, presenta alguns inconvenients pel que fa a la seva funció de proveïdora d'informació per al turista. En primer lloc, i com a comentari general, la informació d'interès turístic es confon amb la informació que es dona sobre altres punts d'interès per a la ciutadania del propi districte, com pot ser la referent a serveis públics o seus institucionals.



Aquest fet pot dificultar la identificació i prioritització de la informació rellevant per al turista.

- Pel que fa a la ubicació de la senyalització informativa, comencem el nostre anàlisi per la senyalització de l'itinerari Diagonal- Nucli Antic de Les Corts, concentrant-nos en tres nodes que son grans generadors de fluxos i que qualsevol intent d'atraure visitants al Nucli Antic de Les Corts hauria de tenir en compte:

Entorn del Corte Inglés- Pedralbes Centre i estació de metro de Maria Cristina (L3) cap a carrer Joan Güell



Hi ha senyalitzacions de tipus estàndard indicant la Placa Comas i la Placa Concòrdia, com succeeix en altres indrets, tot i que la seva ubicació és correcta, dóna poques indicacions sobre les característiques o potencial interès d'aquests punts. En aquest eix la senyalització pública es complementa amb senyalètica privada, instal·lada per operadors comercials privats, per exemple Pedralbes Centre col·labora en la senyalització de l'espai Harley-Davidson, i la veïna Roca Gallery ha desplegat banderoles i altres rètols indicadors.

Hotel Hilton i entorn cap al carrer Anglesola i Placa Concòrdia

Aquesta podria ser una de les vies més directes d'accés al Nucli Antic de Les Corts, però la senyalització en aquest sentit és pràcticament inexistent. Al marge que l'urbanisme no facilita aquesta connexió, problema que es solventarà parcialment amb la reforma de l'entorn del carrer Anglesola, no hi ha cap indicació que "ajudi" els hostes de l'hotel i dels restaurants adossats a explorar la trama urbana del Nucli Antic de Les Corts.



La senyalització privada de l'hotel tampoc té en compte aquest possible itinerari.



Les primeres senyalitzacions que trobem en aquest eix es troben ja a la Plaça Concòrdia, al centre del Nucli Antic de Les Corts, pel que el seu paper canalitzador i orientador de visitants que es desplacin des de la Diagonal, és inexistent.

En aquest punt es troba també la parada d'una de les dues empreses operadores de busos turístics, que compten amb el seu propi panell informatiu i mapa, tot i que no s'hi fa cap menció especial al Nucli de Les Corts i al seu potencial interès turístic.



L'Illa Diagonal cap al carrer Anglesola



Aquí hi trobem alguns pals senyalitzadors tot al voltant del carrer Numància, a tocar de l'Illa i de l'alberg Pere Tarrés. La seva ubicació, a les portes d'accés del Nucli Antic, és correcta, tot i que presenten la mateixa problemàtica de dilució del missatge que es troben en els senyals que hi ha al voltant de El Corte Inglés.

L'Illa per la seva banda, també té el seus propis panells informatius amb plànols del centre comercial i els carrers adjacents.



L'eix horitzontal Gran Via de Carles III- Plaça Comas- Plaça Concòrdia- carrer Numància sí que compta amb senyalitzacions que permeten moure's per la trama urbana de Les Corts amb facilitat, però el seu valor és limitat si tenim en compte que el principal repte és donar a conèixer els recursos del barri i incentivar-ne l'accés, més que no pas orientar aquells vianants que ja hi son.

La senyalèctica és pràcticament inexistent si es prova d'accedir al Nucli Antic de Les Corts des de la Travessera de les Corts o l'estació de metro de la L3 "Les Corts".

Entorn del Camp Nou i Recinte de la Maternitat

La senyalització pot ser clau per tal que recursos turístics propers a les instal·lacions del FC Barcelona, molt especialment el recinte de la Maternitat, es puguin beneficiar de l'enorme poder d'atracció turística que tenen les instal·lacions del club i els seus fluxos regulars de visitants.

En avaluar la senyalització en aquest punt hem tingut en compte que l'entrada al Museu i a la botiga del FC Barcelona es fa pel cantó muntanya de les instal·lacions del FC Barcelona, és a dir, que la majoria de visitants hi arriben des de la zona de la Diagonal, ja sigui per mitjà dels dos busos turístics que hi tenen parada com a través del transport públic (L3 parades "Palau Reial" i "Maria Cristina").

La senyalització és molt limitada i no defineix itineraris de proximitat a l'entorn del Camp Nou. Hi ha un punt de senyalització a l'Avinguda Joan XXIII, però es troba al costat muntanya, mentre que la majoria de visitants fan ús de la vorera oposada. També hi ha els panells informatius dels autobusos turístics, però, la informació que s'hi troba fa referència sobretot a les rutes pròpies i no configura cap itinerari al voltant d'aquest punt. Al llarg del curt trajecte, que transcorre íntegrament per l'Avinguda Joan XXIII, entre l'entrada pública de les instal·lacions del Barça i l'entrada cantó muntanya del Recinte de la Maternitat, no hi trobem cap element de senyalització que doni a conèixer aquest recurs.

La Maternitat té panells informatius en totes les seves entrades, amb plànols del Recinte i informació dels horaris d'obertura, però aquests són de difícil interpretació per al turista. Amb la lectura o visualització d'aquests panells és difícil fer-se una idea dels usos del Recinte i del seu gran interès arquitectònic o turístic. A més, degut a que són responsabilitat de la Diputació de Barcelona, aquests panells tenen un disseny, color i estil diferents dels que els turistes poden trobar en altres punts de la ciutat, el que pot afegir un element de confusió addicional.



Senyalització entrada als Jardins de la Maternitat



Plànol informatiu del Recinte de la Maternitat

També hi ha senyalització per a vianants a l'encreuament de l'Avinguda Joan XXIII amb la Diagonal, al costat de l'hotel Princesa Sofia, tot i que aquesta es troba una mica apartada de l'entrada de l'hotel, la seva ubicació és útil per als visitants que hi arribin des de la direcció del

Baix Llobregat, però no per als que arriben a l'Avinguda Joan XXIII des de l'estació de Maria Cristina i del centre de la ciutat.

A la travessera de Les Corts no trobem senyalització d'utilitat turística a la rodalia del Camp Nou i la Maternitat. Els accessos a la Maternitat des d'aquesta direcció presenten els mateixos problemes de senyalització que s'han mencionat en el punt anterior.

Entorn de l'Hotel Juan Carlos I i Palau de Congressos de Catalunya

La senyalització per a vianants en aquesta zona és pràcticament inexistent. Aquesta situació té la seva lògica, ja que aquest node es troba una mica deslligat del continu urbà. Tot i així, és un pol d'interès turístic gràcies a les infraestructures que s'hi troben i una senyalització adequada i pensada per al visitant podria contribuir a posar en valor recursos propers, com el Parc Cervantes o, el ja més llunyà, Palau Reial.

Pedralbes

Gran part del potencial turístic de Pedralbes es concentra en dos pols, el Monestir de Pedralbes i el Palau Reial, ambdós separats entre si per l'Avinguda de Pedralbes i un notable desnivell, això fa que cadascun d'aquests nodes sigui més fàcilment accessible des dels barris veïns i qualsevol hipotètica senyalització hauria de tenir en compte aquesta circumstància. En el cas del Palau Reial i el seu entorn, la porta principal d'accés és la Diagonal, en el cas del Monestir de Pedralbes, el Nucli Antic de Sarrià. En aquest sentit, a la Diagonal podem trobar senyalització per a vianants, tot i que no té un caràcter únicament turístic, mentre en el cas del Monestir observem una absència de senyalització tan si s'hi arriba des del Nucli Antic de Sarrià, com si es fa des de l'Avinguda de Pedralbes. Tot i això, el fet que el Monestir compti amb parada pròpia de les dues línies de bus turístic, atenua els efectes d'aquesta manca de senyalització, ja que el turista no té tanta necessitat d'orientació.

1.10. ANÀLISI DELS FLUXOS TURÍSTICS DELS DISTRICTES

1.10.1. Consideracions prèvies

En aquest apartat de l'anàlisi turístic del Districte, s'intentarà determinar un perfil aproximat de les característiques dels fluxos de visitants que ja existeixen en el Districte, és a dir, els fluxos de visitants que es desplacen especialment per a realitzar alguna activitat turística i/o lúdica- cultural.

Atesa la limitació que representa la manca de dades concretes i quantificables a nivell de detall per a cada Districte, per tal de tenir una visió orientativa de quin és el perfil de visitants del Districte hem tingut en compte per una banda alguns indicadors indirectes disponibles, per exemple: nombre de visitants a llocs d'interès, visitants dels eixos comercials, usuaris de mitjans especials de transport, etc., i per altra banda, les opinions orientatives i dades facilitades per alguns operadors del Districte: Hotelers, comerciants, restauradors, gestors culturals, Tècnics de Barri, etc.

En la mesura del possible s'ha procurat diferenciar dos tipus de fluxos:

- Els *"turistes"* en sentit estrictament allotjats al Districte, és a dir, que pernocten en algun establiment hotelier ubicat al Districte.
- Els *visitants* al Districte, és a dir aquells que el visiten però no hi pernocten, que poden ser turistes o excursionistes a Barcelona o bé, barcelonins que resideixen fora del Districte.

1.10.2. Característiques i perfil

1.10.2.1. Turistes allotjats al Districte

- El volum dels fluxos de turistes és elevat, ja que el Districte disposa d'una important oferta hotelera, especialment d'hotels d'alt standing especialitzats en turisme de Reunions i Convencions i turisme de Negoci/ Professional, disposant a més d'una oferta molt significativa d'equipaments específics per a reunions, com són el Palau de Congressos de Catalunya, auditoris i sales diverses.
- Podem fer una estimació orientativa respecte al volum de turistes allotjats al Districte i a les pernoctacions generades, però hem d'assenyalar que això té un caràcter orientatiu per a poder determinar un ordre de magnitud respecte al nombre de turistes allotjats al Districte. Si tenim en compte que l'oferta d'habitacions hoteleres és de 2.991 i estimant una ocupació mitjana de 75 %, una estada mitja d'1,96 dies i un DOR (double occupancy room) d'1,4, tindriem que el volum de turistes allotjats al Districte seria de 584.847 l'any i que generen 1.146.300 pernoctacions.

1.10.2.2. Visitants al Districte

- Necessàriament, l'aproximació al perfil del visitant és de tipus indirecte i orientatiu i creiem que l'hem de distingir entre els diversos nodes turístics del Districte. Deixant de banda els fluxos especialitzats de visitants generats pel clúster universitari i educatiu i centrant-nos en els visitants que es desplacen cap a Les Corts motivats pels aspectes lúdics, culturals i/o comercials, tenim que:

- El Districte disposa d'una de les grans icones o atraccions més visitades de Barcelona: el **Museu del FC Barcelona**.

El Museu rep anualment més d'1 milió de visitants que compren el ticket d'entrada (19 € tarifa estàndard). Aquesta xifra no té en compte les persones que es desplacen fins a les instal·lacions però que no fan la visita, amb les quals aquesta xifra encara seria major. Després d'una davallada important l'any 2009, en que la crisi es va deixar sentir amb més profunditat al sector turístic, el volum de visitants del Museu va pujar l'any 2010 fins arribar al mateixos nivells dels anys 2006-2007.

Evució del nombre de visitants del Museu del FC Barcelona President Núñez

2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010
1.156.090	1.168.053	1.041.820	1.344.659	1.231.344	1.089.925	1.310.000

Font: Departament d'Estadístiques. Ajuntament de Barcelona

El gruix (80%) d'aquests visitants són estrangers, la major part europeus. Es tracta d'un públic més aviat familiar que arriba a la zona en Bus turístic o en Metro/a peu, però també n'hi ha percentatge menor que ho fa en autocars. Aquests últims són turistes allotjats a la Costa Brava i/o Costa Daurada que fan l'excursió "típica" a Barcelona.

En termes generals, tot aquest col·lectiu de turistes i excursionistes visita les principals atraccions turístiques de la ciutat (Sagrada Família, Rambles, Parc Güell...) i una vegada finalitzada la visita al Museu continuen el seu itinerari cap el centre de la ciutat visitant la resta d'icones turístiques, sense quedar-se a conèixer el barri o el Districte de Les Corts amb més profunditat.

- El Districte compta a més, amb altres recursos capaços de mobilitzar importants fluxos de visitants. com són:
 - **L'Eix Comercial de la Diagonal**, altre node turístic del Districte en importància tenint en compte el volum de persones que el visiten i transiten amb diverses motivacions

(compres, passejar, etc.) i que si bé és utilitzat majoritàriament per residents a Barcelona, també ho és pels turistes.

Podem inferir un perfil de visitants i usuaris de l'Eix Comercial de la Diagonal a través de la informació i opinió dels responsables dels principals centres comercials que s'ubiquen a la zona:

- *Pedralbes Centre:* Aquest centre comercial rep anualment 2,5 milions de visites per part principalment d'un públic barceloní de proximitat, és a dir dels barris del Districte (Les Corts i Pedralbes) i de barris veïns (Sarrià i Sant Gervasi). Es tracta d'un visitant d'edat mitjana, de nivell mitjà-alt i alt que busca una oferta comercial de qualitat en un lloc còmode i accessible. Preferentment es desplacen a peu, però també fan servir el vehicle particular.
- *Illa Diagonal:* Rep anualment 16 milions de visites. Hem d'assenyalar que es tracta de visites i no de visitants, per tant es comptabilitzen també els repetidors. D'aquest total de visites el 43% són realitzades per residents dels barris propers (Pedralbes, Les Corts, Sarrià, Sant Gervasi...) usuaris freqüents del centre i per tant molt repetidors. El seu públic també està format per residents de la resta de Barcelona ciutat i Província (32% de les visites) i per turistes, tot i que aquest tenen un pes relatiu menor respecte al públic local, preferentment els que s'allotgen als hotels de la zona (Hilton, NH Constanza, Husa Illa) però també d'altres que arriben en el bus turístic (City Tour) que té parada en aquest punt de l'Avinguda Diagonal.
- Al marge dels grans nodes d'atracció de visitants, existeixen altres recursos d'interès que, encara que sigui en menor quantitat, mobilitzen uns nivells de fluxos de visitants importants per al Districte, i que per tant, s'han de tenir en compte:
 - *El Monestir de Pedralbes:* Ofereix, per una banda el Museu, i per altra, instal·lacions per a l'organització de petits esdeveniments culturals. El Monestir rep entre 55.000 i 60.000 visitants l'any, la major part dels quals (60 %) és del país (Barcelona ciutat i resta de Catalunya). Entre aquest públic es consideren els visitants independents interessats per temes culturals i que fan la visita al Museu, els grups (escoles, gent gran, entre d'altres) i les persones que realitzen alguna activitat específica (assistència a concerts, mostres, jornades, etc.). El 40 % restant, són turistes independents espanyols i internacionals motivats per temes culturals.
 - *El Palau Reial de Pedralbes:* Actualment el recinte del Palau acull tres instal·lacions culturals adreçades a un públic més restringit, però que tot i així reben una significativa afluència de visitants. Es tracta per una banda dels Museus del Disseny HUB Barcelona

(DHUB) que inclou el Museu d'Arts Decoratives i el Museu tèxtil d'Indumentària, i de l'altra el Museu de Ceràmica.

Segons les fonts del Departament d'Estadístiques de l'Ajuntament, al 2009 el conjunt d'aquests museus va rebre al voltant dels 180.000 visitants, xifra que considerem significativa tenint en compte que es tracta de les entrades venudes als museus i que aquests atreuen un públic més acotat, i que a més, no s'hi inclouen les visites als jardins del Palau Reial i el seu entorn més immediat, que són d'entrada lliure.

L'evolució del nombre de visitants a les instal·lacions culturals del Palau Reial ha sigut molt favorable especialment a partir del 2007, any en que s'afegeix el Museu de Ceràmica.

Evolució de l'afluència de visitants als museus del Palau Reial de Pedralbes

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Disseny HUB Barcelona (*)	78.929	60.617	55.882	51.328	66.521	89.651
Museu de Ceràmica (**)	-	-	-	49.256	62.039	49.223

Font: Departament d'Estadístiques. Ajuntament de Barcelona

(*) Des de 2004 fins al 2007 inclou dades Museu d'Arts Decoratives, a partir del 2008 s'incorpora Museu Tèxtil d'Indumentària.

(**) 2004 fins 2006 sense dades.

- Altres elements d'interès que atreuen visitants, majoritàriament motivats per interessos especials (i per tant són fluxos molt més reduïts), són els establiments singulars, que en destacant els següents:
 - *Roca Barcelona Gallery*. Es tracta d'un concepte innovador que combina centre de divulgació sobre l'aigua, showroom comercial i espai d'exposicions, en un edifici singular d'arquitectura moderna (Arquitecte C. Ferrater). Està ubicat al encreuament del carrer comercial Joan Güell amb carrer Europa, molt proper a l'Avinguda Diagonal i al Nucli Antic de Les Corts.

Porta pocs anys en funcionament i registra unes xifres de visitants anuals entorn als 30.000 visitants (2010). El perfil de visitant és més professional (principalment arquitectes) i estudiants (escoles i universitaris d'arquitectura) que no pas el d'un públic turístic/lúdic. Els caps de setmana (sobretot els diumenges) si bé, hi predomina un públic de proximitat familiar amb nens petits (del mateix Districte).
 - *Espai Harley Davidson*. Centre de referència que anualment rep entre 3.000 i 5.000 persones majoritàriament barcelonins de nivell mitjà-alt i alt i que són fans d'aquesta marca de motocicletes i hi busquen productes específics de la marca.

1.11. NOTORIETAT I IMATGE TURÍSTICA

1.11.1. Consideracions prèvies

- El *primer filtre* que ha que passar una destinació turística per tenir èxit és el que s'anomena "*notorietat*", és a dir ser coneguda o que els visitants sàpiguen "que existeix". Difícilment escollirem anar a un lloc del qual desconexim l'existència. El *segon filtre* és la *imatge* que té com a destí turístic, entenent per imatge el conjunt de percepcions (reals o falses), és a dir els valors i atributs que el potencial visitant associa a una destinació turística, escollint-la en la mesura en que aquests atributs siguin els atributs desitjats i rellevants per aquest turista o visitant en potencia.
- En primer lloc cal remarcar que és molt difícil analitzar objectivament la notorietat i imatge turística a nivell de Districte o barri, ja que no disposem d'estudis fiables, però mitjançant procediments indirectes i qualitius hem intentat fer una valoració orientativa per tal d'arribar a algunes conclusions que després servien per a orientar l'estratègia turística del Districte.
- Un altre fet molt important a tenir en compte és que els Districtes i barris, són *sub – destinacions* dintre d'una destinació principal que és la "*Destinació Barcelona*", la qual actua com a "marca paraigües" o "marca mare" i per tant la influència del tipus de relació que s'estableixi entre Barcelona (com a destinació principal) i els seus barris (com a sub- destinacions) és decisiva. Per exemple, en el fet de disposar o no al barri d'alguna de les icones o atributs turístics associats a Barcelona.
- És per això que incorporem un primer apartat sobre la imatge turística de Barcelona, sobre la qual disposem de valuosos i rigorosos estudis fets en el marc del Pla Estratègic de Turisme, que ens han de servir de referència per treure conclusions sobre la seva influència (o no) sobre la imatge turística dels barris del Districte, i nogensmenys ens ha de servir de base per a dissenyar les estratègies de desenvolupament i promoció turística del Districte.
- També hem de fer esment, que un dels altres mercats potencials del Pla de Turisme de Districte, són els propis residents a Barcelona, i per tant, com és evident, això comporta un tractament diferenciat respecte als mercats forans pròpiament "turístics", ja que en termes generals, els barcelonins si que tenen un cert grau de coneixement dels barris de la ciutat, encara que sigui difús o indirecte, i també en tenen formada una certa imatge, si bé no necessàriament associada a activitats de turisme o lleure. Intentarem també fer una aproximació a aquest tema via opinions d'experts i del propi equip redactor d'aquest estudi, que si bé no tenen el rigor d'una enquesta científica, estan basats en el coneixement que tenen de la realitat social barcelonina.

1.11.2. La Imatge turística de Barcelona

- Quan el 1991 es va presentar el primer Pla Estratègic de Desenvolupament Turístic de Barcelona la ciutat encara no era una destinació turística, ni hi era una marca reconeguda. Aquest any només es van comptabilitzar 1,8 milions de turistes, el 80 % dels quals es tractava de “turistes de negoci”.
- L'oportunitat dels Jocs Olímpics va esdevenir clau per a la millora del posicionament de la ciutat en l'àmbit turístic, i les fites que es van plantejar els redactors dels Plans de Turisme del 1991 no només han estat assolides, sinó que han estat àmpliament superades, i avui dia es pot afirmar sense dubte, que Barcelona ha esdevingut una ciutat turística posicionada al costat de les grans ciutats que són referents mundials. Barcelona es troba avui dia entre les principals ciutats turístiques del món i tret de ciutats com París, Londres o Nova York, juga a la mateixa lliga que Roma, Berlín, Madrid o Singapur.
- Barcelona, una de les ciutats millor valorades i més “estimades” pels internautes. Segons un estudi ⁴ promogut per l'Oficina del Pla, en el que s'analitza la presència i valoració a les Xarxes Socials i webs 2.0 de Barcelona i de 16 ciutats competidores/referents en turisme urbà, s'extrau que Barcelona és una de les ciutats més valorades i “estimades” pels internautes, rebent unes valoracions per sobre de la mitjana en gairebé tots els atributs positius analitzats (i la millor valoració en el conjunt de tots ells) i per sota en els negatius. Els dos aspectes que més destaquen en positiu són el seu caràcter d’*“Innovadora”* i *“Cosmopolita”* i en negatiu *“Sorollosa”* i *“Bruta”*.
- Segons un altre estudi ⁵ molt rigorós (3.200 enquestes) encarregat per l'Oficina del Pla sobre la imatge de Barcelona als mercats d'origen de 8 països, les conclusions sobre la imatge de Barcelona han estat contundents i clares:
 - Els principals atributs identificadors de Barcelona com a destinació turística i el més positivament valorats són:
 - *L'estil, ambient i qualitat de vida mediterranis, és a dir es valora sobretot un intangible que ve conformat per la mixtura d'usos i la barreja en un mateix espai de visitants i locals, que fa de Barcelona una “ciutat viva” i aquesta característica esdevé uns dels factors turístics d'èxit de Barcelona. La vida “real” que es troba als barris que es visiten i on es conviu amb el resident és un dels encants turístics de la ciutat.*

⁴ Imatge i Posicionament Turístic de Barcelona a les xarxes socials i operadors turístics. Multiplica. Juliol 2009

⁵ Estudi de la Imatge de Barcelona en els mercats emissors. Oficina del Pla Estratègic de Turisme de Barcelona 2015. Juliol 2009

- *L'arquitectura i el patrimoni artístic* configuren l'altre atribut identificador de Barcelona, que es concreta amb Gaudí com a principal exponent (Sagrada Família, Park Güell, Pedrera, etc.), la pròpia història de la ciutat i la Catedral i els monuments en general.
- Pels que ja han estat a Barcelona, dos elements reforcen la imatge positiva de la ciutat: *les activitats d'oci* que s'hi poden fer i *les Rambles*.
- Barcelona disposa d'icones turístiques clarament identificades i valorades internacionalment: la *Sagrada Família*, la *Rambla* o el *Futbol Club Barcelona* són elements molt presents en l'imaginari turístic internacional que identifiquen i representen a Barcelona i causen un fort nivell d'atracció (pre-consum) i un alt grau de valoració i satisfacció (post-consum). En ser preguntats perquè citessin de forma espontània 3 paraules associades a Barcelona, les paraules més citades van ser:
 - **Gaudí**
 - **Barça**
 - **Jocs Olímpics**
 - **Sol**
 - **Cultura**
 - **Espanya**

1.11.3. Notorietat i imatge turística al Districte de Les Corts

Com hem dit més amunt distingirem entre públic foraster (turistes i excursionistes) i el públic barceloní.

Turistes

- *Un dels punts forts del Districte en termes d'imatge turística és que s'associa a una de les icones turístiques més reconegudes internacionalment de Barcelona: el Barça. Imatge que contínuament es va reforçant en la mesura en que la projecció mediàtica del Club també va augmentant, i això es fa evident amb els abundants fluxos turístics que reben les instal·lacions del Barça (és una de les parades on baixa més gent del Bus Turístic) o al fet que en els buscadors d'hotels, es designa als barris propers com "Zona Barça".*

L'avantatge competitiu que representa per la promoció turística del Districte estar associat "a priori" a una marca i imatge tant poderosa, no ens ha de fer oblidar que aquesta imatge tant poderosa també pot fer "ombra", fins i tot anul·lar altres recursos o nodes turístics del mateix Districte. Per tant, a l'hora de dissenyar les estratègies de desenvolupament i promoció turística, s'haurà de ser especialment hàbil per aprofitar els aspectes positius d'aquesta situació i evitar els aspectes negatius o desfavorables.

- Respecte a les altres associacions o imatges que els turistes poden tenir del Districte, no disposem de dades científiques, però el que sí que és evident és que són menys potents i reconegudes que el concepte “Barça”, si bé creiem que també tenen un cert grau de reconeixement, si més no, tenen un elevat grau d'exposició ja que com a mínim algunes d'elles són a la ruta i tenen parada del Bus Turístic. Dels nodes i recursos que poden tenir més notorietat turística (després del Barça), i per aquest ordre, serien:
 - *L'Eix Comercial de la Diagonal*, tant per l'eix en si mateix com per la ubicació de marques internacionalment reconegudes.
- El *Monestir de Pedralbes i el Palau Reial* per ser recursos importants amb parada pròpia en la ruta del Bus Turístics.
- Creiem, en canvi, que Les Corts no està associat a la imatge “*de poble o vil·la tradicional amb encant*”, ja que el Nucli Antic és molt poc conegut i queda “amagat” per imatges molt més potents com són el Barça o l'Eix Comercial de la Diagonal. En la mesura en que s'articuli urbanísticament aquest nucli antic i es consolidi la seva oferta, podrà potenciar-se aquesta imatge de “barri amb encant i caràcter”.

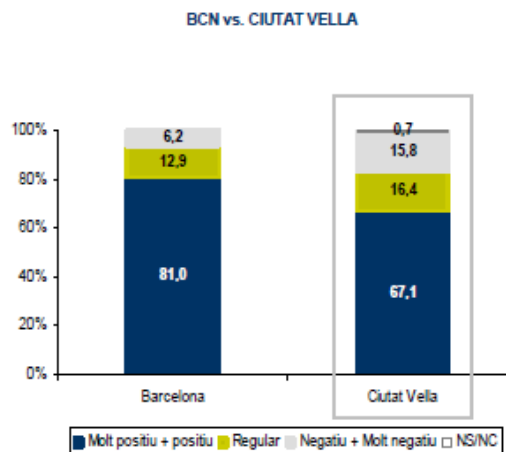
Barcelonins

- Respecte al públic barceloní el Districte és molt conegut, és a dir, té “notorietat”, coneixement afavorit pel fet que està travessat per l'Avinguda Diagonal, punt de pas obligat de molts residents i que actua com un “aparador” del Districte. D'aquesta forma, a més de ser identificat com el Districte del Barça, també està molt identificat entre els barcelonins per la *Zona Universitària* i per *l'Eix Comercial de la Diagonal*.
- El barri de Pedralbes també té notorietat entre els barcelonins essent associat principalment a un *barri residencial d'alt standing*.
- En canvi creiem que entre els barcelonins, a l'igual que entre els turistes, tampoc hi ha associació respecte la imatge “*de poble o vil·la tradicional amb encant*”, ja que com hem comentat abans, el Nucli Antic de Les Corts, és molt poc conegut i queda “amagat” per imatges molt més potents com són el *Barça o l'Eix Comercial de la Diagonal*.

1.12. TURISME I COMUNITAT LOCAL

1.12.1. Consideracions prèvies

- La comunitat local té una gran importància en els processos de desenvolupament turístic ja que és una activitat que ha de desenvolupar-se en un determinat context social i a més, és una activitat de serveis intensius en ma d'obra. Això implica que s'ha de considerar l'actitud de la població *local respecte al fenomen turístic i per altra banda, les oportunitats de formació i ocupació que el turisme pot donar a la població local.*
- L'actitud de la comunitat local respecte al fenomen turístic té especial importància, degut a que en principi, el turisme ha de significar "hospitalitat i acolliment" i això és un factor davant el qual el turista és especialment sensible, essent un atribut molt valorat i que contribueix de forma rellevant a l'èxit d'una destinació. L'actitud de la població davant el turista i el fenomen turístic pot variar des de la simpatia, passant per la indiferència i arribant fins al rebuig, a més aquesta actitud pot variar al llarg del temps en funció de com es desenvolupi aquesta interacció entre turisme i societat local. El conflicte d'interessos entre població local i turista (percepció d'invasió, incomoditats i molèsties) es produeix, especialment, en aquells contextos en els que la densitat de visitants és alta.
- En el cas de Barcelona s'ha generat un cert debat sobre la relació turisme – ciutat, i hem de dir que en termes generals d'opinió pública, basant-se en dades objectives, les consideracions positives sobre el turisme són les dominants, si bé també apareixen discursos i valoracions crítiques i negatives en determinats àmbits i corrents d'opinió.
- Segons les dades objectives de l'*Estudi d'opinió de la ciutadania de Barcelona sobre el turisme que va encarregar a l'empresa GESOP l'Oficina del Pla l'any 2009, la conversió de Barcelona en una destinació turística és un fet positiu i ben valorat per la majoria de la població*, i que ressalta la importància econòmica d'aquesta activitat i els intercanvis i riquesa cultural com a aspectes més positius, si bé els residents al Districte de Ciutat Vella, tot i tenir una actitud positiva vers el turisme, són més crítics respecte determinats punts conflictius (massificació, incivisme, etc.) degut a que han de compartir un espai públic limitat amb fluxos turístics de gran intensitat i densitat.
 - A la pregunta de si: *Considera que el fet de que Barcelona s'hagi convertit en un destí turístic important és un fet positiu o negatiu?*
Només un 6,2 % dels residents a la ciutat ho considera negatiu i un 15'8 % dels residents de Ciutat Vella.

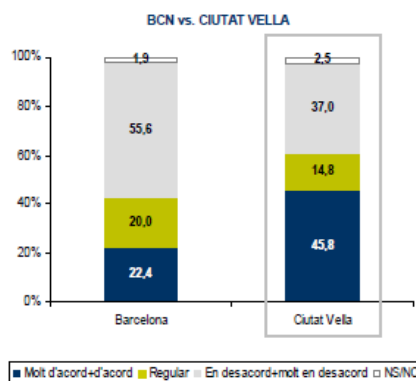


Font: Estudi d'opinió de la ciutadania. Baròmetre: la percepció del turisme a Barcelona. GESOP, Jul. 2009

- Respecte a la pregunta espontània: *Què és el més positiu del turisme?*
Hi ha gairebé unanimitat en citar el seu rol com a motor econòmic, tant entre el conjunt dels barcelonins (77 %) com entre els residents a Ciutat Vella (70 %), seguit pel seu rol com a factor d'intercanvi cultural (13 % Barcelona; 12 % Ciutat Vella) i com a vehicle per a donar a conèixer Barcelona a la resta del món (10 % Barcelona; 5% Ciutat Vella).
- Respecte els *aspectes més negatius del turisme* els elements més citats són: “*massificació – aglomeracions*” (19 % dels barcelonins) i “*incivisme*” (14 %), no havent-hi pràcticament diferències entre les respostes del conjunt de la ciutat i els residents a Ciutat Vella.
- Respecte a la pregunta: *El turisme dificulta la convivència entre veïns i turistes?*
Aquí es posen de relleu les discrepàncies entre el conjunt de la ciutat i el Districte de Ciutat Vella que és el més saturat turísticament. Mentre que només el 22 % del conjunt de barcelonins manifesten que el turisme dificulta la convivència a l'espai públic, en canvi aquest percentatge arriba al 46 % entre els residents a Ciutat Vella.

En quina mesura està d'acord amb les següents frases...

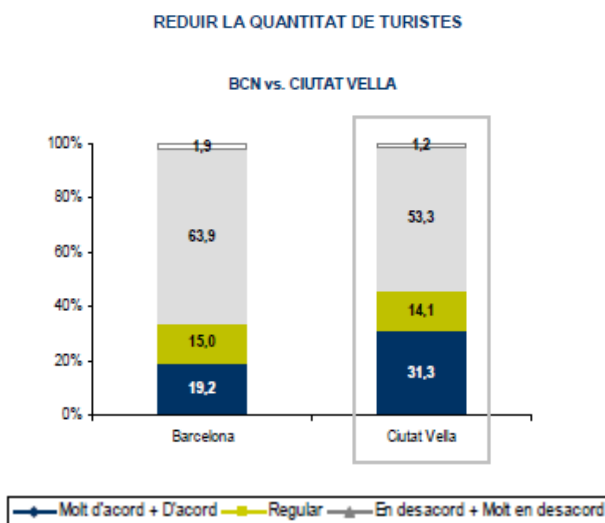
EL TURISME DIFICULTA LA CONVIVÈNCIA A L'ESPAI PÚBLIC ENTRE VEÏNS I TURISTES



Font: Estudi d'opinió de la ciutadania. Baròmetre: la percepció del turisme a Barcelona. GESOP, Jul. 2009

- Finalment davant de la qüestió radical de si s'hauria de reduir la quantitat de turistes a la ciutat, només un 19 % del conjunt de barcelonins opina afirmativament mentre que entre els residents a Ciutat Vella el percentatge que estaria d'acord amb aquesta mesura arribaria al 31 %.

Fins a quin punt està d'acord amb què el futur del turisme a Barcelona hauria de passar per...



Font: Estudi d'opinió de la ciutadania. Baròmetre: la percepció del turisme a Barcelona. GESOP, Jul. 2009

1.12.2. Situació al Districte de Les Corts

- Malgrat que no tenim dades estadísticament fiables sobre l'opinió i actitud dels residents del Districte respecte al turisme, en principi correspondrien a les pròpies d'un Districte en què el turisme no és conflictiu ja que si bé es produeix una important concentració de turistes i visitants a alguns punts, especialment als voltants del Camp del Barça o a l'Eix Comercial de la Diagonal, la configuració urbanística (amplitud dels espais i dels accessos) permet absorbir sense problemes aquests fluxos sense generar inconvenients o molèsties a la població resident. En aquest sentit, creiem força raonable pensar que l'opinió dels residents respecte el turisme té un perfil similar a la del conjunt dels barcelonins.

Altra qüestió són les molèsties que ocasionen els fluxos generats pels grans esdeveniments esportius del Barça, amb sobrecàrregues puntuals però d'alta intensitat a tot el sistema urbà, amb les evidents molèsties pels residents a la proximitat, que explica l'oposició a determinats projectes com el "Projecte Barça", actualment en "stand-by".

- Aquesta hipòtesi ve corroborada per l'opinió manifestada pels agents socials del Districte (tècnics, comerciants, hostalers, etc) que no detecten actituds negatives vers el turisme. En tot cas, el fenomen turístic pot ser percebut amb certa indiferència, com un fet anecdòtic o poc

rellevant, però no es detecta en termes generals d'opinió hostilitat o actitud negativa cap el sector turístic i cap el turista, llevat d'algunes opinions anecdòtiques respecte a les molèsties que la manca de senyalització comporta en haver d'orientar turistes cap al Museu F.C. Barcelona.

- Cara al futur, s'hauria de preservar i fins i tot potenciar, l'actitud positiva cap al turista que existeix actualment, evitant que a mesura que el Districte es desenvolupi turísticament es pugui produir un deteriorament d'aquesta relació.
- També s'hauria de fer un esforç de conscienciació per fer comprendre la importància que pot tenir el desenvolupament turístic als barris del Districte, per a estimular les iniciatives empresarials i les vocacions professionals entre els joves cap aquest sector.
- En aquest sentit hem de fer esment a un factor altament positiu respecte la formació i generació d'emprenedors i professionals pel sector, com és la ubicació al propi Districte (Barri de Pedralbes) d'un important centre de formació i de recerca turística reconegut internacionalment, l'Escola Universitària de Turisme San Ignasi - ESADE.

1.13. SINTESI I CONCLUSIONS

FACTORS POSITIUS O FAVORABLES (+)	FACTORS NEGATIUS O DESFAVORABLES (-)
HISTÒRIA	
<ul style="list-style-type: none"> + El Districte té dos barris amb un relat històric ric i del qual encara es conserven mostres rellevants: <ul style="list-style-type: none"> ▪ El barri de Les Corts, marcat pel seu origen eminentment camperol (masies, Nucli Antic), que posteriorment al segle XIX va incorporar l'activitat industrial (Can Mata, etc.) i els grans equipaments de serveis assistencials i sanitaris (Maternitat, Frenopàtic, Sant Joan de Déu). ▪ El barri de Pedralbes, històricament centrat al voltant del Monestir, fundat el 1327 i amb una urbanització molt tardana que ha ajudat a la seva preservació. + L'obertura de l'Avinguda Diagonal el 1924 com la gran artèria urbana de Barcelona i la instal·lació de grans equipaments esportius i universitaris. + La tradicional vinculació del Districte al "Barça", gairebé des de la fundació del Club. 	<ul style="list-style-type: none"> – El procés accelerat d'urbanització a mitjans del segle XX i la seva tipologia dominant (grans blocs de pisos) ha fet desaparèixer o ha "ofegat" gran part dels vestigis del passat camperol i industrial (masies, camps, Nucli Antic) al barri de les Corts.
URBANISME I TERRITORI	
<p>General del Districte</p> <ul style="list-style-type: none"> + Orografia plana, en lleugera pendent i sense accidents topogràfics remarcables, favorable per a un bon desenvolupament urbanístic (excepte a la part de Pedralbes més propera a Collserola). + La disponibilitat de grans peces de terrenys de conreu i un procés d'urbanització molt tardà a gran part del Districte, han deixat uns llegats urbanístics positius: <ul style="list-style-type: none"> ▪ La Diagonal, com a element urbanístic estructurant de gran qualitat, principal i emblemàtica "porta d'entrada" a Barcelona i eix articulador d'una nova centralitat comercial i de negocis. ▪ Dotació de grans equipaments, parcs i espais urbans de qualitat: Campus Universitari, Parc Científic, instal·lacions esportives del FC Barcelona. ▪ Urbanització de qualitat en determinades zones, especialment al barri de Pedralbes. + Ha passat en poc temps, de tenir una posició perifèrica a la ciutat a una situació de centralitat, gràcies a les grans millores en accessibilitat, especialment en transport públic: nombroses línies d'autobusos, tramvia i metro: L3 i L5 amb varies estacions i propera entrada en servei de la L9. + La cobertura de la Ronda del Mig i la seva transformació en Rambla, ha significat per al Districte tenir un nou espai estructurant de centralitat i convivència. 	<ul style="list-style-type: none"> – Un procés d'urbanització molt accelerat i especulatiu al barri de les Corts, ha "ofegat" en part el Nucli Antic i l'ha densificat. – Queda pendent la definició del que ha de ser l'últim gran projecte urbanístic del Districte: El Pla del Barça, en principi amb oposició de sectors veïnals. – La construcció de la Ronda del Mig com a via ràpida "en trinchera" va significar la creació d'una barrera i un focus d'inconvenients (sorolls, fums, etc.) molt negatiu per a la qualitat de vida dels residents.

FACTORS POSITIUS O FAVORABLES (+)

FACTORS NEGATIUS O DESFAVORABLES (-)

URBANISME I TERRITORI (Cont.)

Les Corts

- + Conserva “el cor de l’antic municipi” de petits carrers i places amb encant (Plaça Concòrdia, Plaça Comas, etc.) i processos de recuperació del patrimoni (Can Mata, etc.).
- + Pla Especial del carrer Anglesola (en curs), permetrà una millor vinculació entre el Nucli Antic, L'Eix Comercial de la Diagonal i l'Eix Comercial de Sants- Les Corts.
- + Culminació del procés de reordenació del sector de l'antiga fàbrica i colònia Castells.
- + Inici del progressiu procés de millora de la Travessera de les Corts, tot fent-la més amigable i atractiva.
- + Prevista la remodelació de l'Avinguda de Madrid i Plaça del Centre (al límit del Districte de Sants), tot fent-la més amigable i atractiva.

- El procés accelerat d'urbanització i la seva tipologia constructiva (grans blocs de pisos), va “ofegar” i amagar el Nucli Antic i va densificar i banalitzar el barri.
- Es varen desocupar gran part dels locals i baixos del Nucli Antic, anteriorment destinats a comerç i artesans, produint-se un procés de “desertització”.

La Maternitat i Sant Ramon

- + Ocupació del sector central del barri per grans equipaments per a la ciutat: Campus Universitari Sud, Parc Científic, Instal·lacions del FC Barcelona, Club de Polo, Recinte Maternitat, i consolidació urbanística d'aquesta zona.
- + Millores urbanístiques a l'entorn de Sant Ramon, Collblanc i Hospitalet.
- + Projecte de Parc Metropolità a Can Rigal.
- + Propera arribada de la Línia 9 del metro.

- La zona de grans equipaments universitaris i esportius, pel seu caràcter especialitzat, també genera inconvenients.
 - Poca vida ciutadana, ja que no hi ha pràcticament residents ni comerç.
 - Fluxos de persones de gran intensitat i molt concentrat (puntes i valls molt acusades).
- Pendent de definició de l'anomenat Pla del Barça, amb oposició de sectors veïnals.

Pedralbes

- + Procés d'urbanització recent i pràcticament acabat: Alta qualitat urbanística i arquitectònica.
- + Abundància de zones verdes (públiques i privades).
- + Bon nivell de preservació patrimonial: Monestir de Pedralbes, Finca Güell i Palau Reial.
- + Ubicació d'equipaments universitaris de qualitat: Campus Nord, ESADE, IESE.
- + Disponibilitat d'un gran equipament susceptible d'usos alternatius a futur: La Caserna del Bruc.
- + La Ronda del Mig a l'estar en gran part soterrada, no actua com a barrera.
- + El projecte de perllongament de la L3 i dels FGC eliminarà a mig termini aquest problema.

- Manca de comerç i vitalitat urbana, en ser un barri essencialment residencial.
- Cert aïllament a la zona més alta, ja que no hi arriba el metro.

FACTORS POSITIUS O FAVORABLES (+)

FACTORS NEGATIUS O DESFAVORABLES (-)

PERFIL ECONÒMIC I SOCIAL

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + Districte econòmicament molt dinàmic basat en el sector dels serveis amb alt valor afegit: centres de negocis, coneixement i recerca, comerç i hoteleria. + Activitats plenament compatibles i sinèrgiques amb el desenvolupament de l'activitat turística per la seva gran capacitat d'atracció. + Estructurat al voltant de l'eix de l'Avinguda Diagonal. + Concentra el 5% de la població i el 8,9% dels llocs de treball de la ciutat. + Els indicadors socioeconòmics de la població del Districte són molt favorables, ja que se situen sempre per sobre de la mitjana de la ciutat. + Per renda familiar disponible, el Districte de Les Corts és el segon (després de Sarrià-Sant Gervasi) en tenir el millor índex, superant la mitjana en un 40%. + Els indicadors educatius també són molts superiors a la mitjana de la ciutat, en termes de llicenciats universitaris i de rendiment escolar. + La pressió migratòria és menor que la mitjana de la ciutat. La proporció de població estrangera en el Districte és d'un 11,8%. | <ul style="list-style-type: none"> - Gran desigualtat en els nivells de renda disponible entre els barris del Districte. Barri Maternitat-Sant Ramon (índex 131,7) Barri Pedralbes (índex 194,7). |
|--|--|

OFERTA D'ALLOTJAMENT

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + L'oferta hotelera del Districte és important tant en termes quantitativs com qualitativs: <ul style="list-style-type: none"> ▪ El Districte ofereix 5.613 places que tenen un pes molt rellevant en el conjunt de la ciutat (9,5% del total de places a Barcelona). ▪ Es caracteritza pel seu elevat nivell qualitatiu: més del 50% de les places són de categoria 5* i 5*GL. ▪ També es caracteritza perquè els establiments són de gran dimensió (promig 312 places/establiment), i amb equipaments complementaris de gran capacitat (sales de convencions, spas, etc.). + Els índexs d'ocupació hotelera se situen a nivells similars o lleugerament superiors al conjunt de la ciutat. + L'oferta d'apartaments turístics és molt escassa i amb poc pes relatiu al Districte (el 2 % de l'oferta total de la ciutat) i per tant no s'han detectat problemes significatius d'incompatibilitats. + L'abundància de residències universitàries permet destinar-les a usos turístics per a determinats segments (turisme juvenil, educatiu, etc.) en èpoques no lectives. | <ul style="list-style-type: none"> - La manca de disponibilitat de sòl idoni (en grandària i en preu), pot limitar els futurs creixements hotelers. |
|--|--|

RESTAURACIÓ I GASTRONOMIA

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Existència d'una oferta de restauració d'alta gastronomia concentrada especialment al barri de Pedralbes. + Abundant i variada oferta de restauració al barri de Les Corts amb diversos nivells de preu i qualitat, concentrada especialment al voltant de la zona de l'Eix Comercial de la Diagonal, Nucli Antic de Les Corts i zona del carrer Loreto. | <ul style="list-style-type: none"> - Aquesta oferta de restauració gastronòmica està bàsicament orientada al mercat local i de negocis, no al mercat turístic. - És una oferta destinada a donar servei especialment als visitants que acudeixen a la zona per motius laborals o per shopping, el qual implica que molts establiments tanquin a la nit. |
|---|---|

FACTORS POSITIUS O FAVORABLES (+)

FACTORS NEGATIUS O DESFAVORABLES (-)

OFERTA COMERCIAL

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + El barri de Les Corts disposa d'un dels grans nodes comercials de la ciutat sobre l'Eix de la Diagonal i que forma part de la Shopping Line, on destaquen tres grans "drivers": El Corte Inglés, l'Illa Diagonal i Pedralbes Centre, que atreuen milions de visitants amb una àrea d'influència que supera l'àmbit català. + El barri de Les Corts també disposa d'un altre eix comercial amb fort dinamisme: l'Eix Comercial Sants-Les Corts basat en el comerç de proximitat amb un cert component ètnic. + Al barri de Les Corts hi ha alguns establiments singulars amb capacitat d'atracció i de crear imatge, per exemple: Roca - Gallery, Espai Harley Davidson. + El Pla Especial del Carrer Anglesola permetrà resoldre parcialment el problema de "desconnexió" del Nucli Antic amb l'Eix de la Diagonal. | <ul style="list-style-type: none"> - El pes dels turistes en aquest gran eix comercial encara està molt per sota del que registren els eixos comercials més centrals de l'Eixample i Ciutat Vella. - Actualment l'eix de la Diagonal gairebé no "capil·laritza" els seus fluxos cap a la resta del barri, malgrat la seva proximitat. - Per les seves característiques i oferta l'Eix Sants-Les Corts té un potencial de cara al turisme molt limitat i de caràcter complementari. - El Nucli Antic de Les Corts ha perdut gran part de la seva activitat comercial i artesanal i malgrat la seva proximitat ha quedat desconnectat de l'Eix Comercial de la Diagonal i de l'Eix Comercial Sants- Les Corts. - Hi ha barris en què pràcticament són un desert comercial: Pedralbes, la Zona Universitària. |
|--|---|

OFERTA COMPLEMENTÀRIA

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + El Districte disposa d'una àmplia oferta d'equipaments per a Reunions, Congressos i Convencions, tant en quantitat com en qualitat, que li dona un avantatge competitiu per aquest tipus de producte/mercat d'alt interès i valor afegit: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disposa d'equipaments especialitzats de gran qualitat i capacitat (Palau de Congressos de Catalunya, Auditori Centre de Convencions, auditoris i sales del Campus Universitari, etc. ▪ Gran part dels seus hotels disposen de sales de gran capacitat i polivalència per aquest tipus d'esdeveniments. + El Districte també disposa d'equipaments per acollir esdeveniments (culturals, esportius, etc.) de tipus massiu: Camp Nou, Miniestadi, Palau Blaugrana, etc. + Un altre punt fort del Districte són les importants instal·lacions esportives de projecció internacional amb una gran capacitat de generació de fluxos turístics: F.C.Barcelona, RCT Barcelona, RC Polo. + L'oferta cultural museística també és abundant i de qualitat: Monestir de Pedralbes, museus ubicats al Palau de Pedralbes (arts decoratives, tèxtil, ceràmica). Destaca per la seva projecció i singularitat i com a "driver" de captació de fluxos turístics, el Museu FC Barcelona (1,3 M de visitants). + L'oferta d'oci nocturn és limitada però de qualitat. En general no comporta problemes d'incompatibilitats greus per als residents. + El Districte també és recorregut per dues línies de bus turístic: el Bus Turístic de Turisme de Barcelona i el City Tour. | <ul style="list-style-type: none"> - Les instal·lacions per a esdeveniments esportius i/o culturals de gran capacitat (FCBarcelona) generen problemes als barris del voltant per la gran intensitat dels fluxos. I per tant, poden ser motiu de queixa per part dels veïns. |
|---|--|

FACTORS POSITIUS O FAVORABLES (+)

FACTORS NEGATIUS O DESFAVORABLES (-)

MERCATS TURÍSTICS

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Important volum de turistes allotjats als hotels del Districte (aprox. 600.000 turistes i 1.150.000 pernactacions/any) en gran part del segment de la gama alta. + Existència de grans “drivers” que atreuen visitants al Districte. Des del punt de vista turístic, destaca el Museu FC Barcelona amb 1,3 M de visitants, dels quals el 80% són estrangers. + També hem de destacar l'Eix Comercial de la Diagonal, que atreu molts milions de visitants (l'Illa 16 milions de visites). | <ul style="list-style-type: none"> – Gran part d'aquests turistes allotjats corresponen al mercat de turisme de negocis/professional, que només utilitza l'hotel per dormir i fan poc “turisme”. – Els visitants al Museu del “Barça” només visiten aquesta atracció. Gairebé no visiten la resta d'atractius del Districte ni hi fan despesa. – La proporció de turistes que visiten l'Eix Comercial de la Diagonal és molt limitada en termes relatius, ja que el 43% de les visites són dels barris propers i el 32% de la resta de la ciutat i província de Barcelona. |
|---|---|

ESPAI PÚBLIC

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + En termes generals, Les Corts és un Districte segur i tranquil i per tant, aquest factor no condiciona negativament el turisme. + També podem dir que els nivells de neteja de l'espai públic són acceptables, excepte en ocasió de grans esdeveniments esportius massius a les zones properes. + Les activitats d'oci nocturn, degut a les seves característiques i localització, no generen problemes destacables. Respecte al soroll generat pel trànsit, aquest es concentra en les principals artèries viàries. + Els índexs de contaminació ambiental més alts es registren als principals eixos de trànsit especialment a l'Avinguda Diagonal. Si bé, actualment no són rellevants des del punt de vista turístic. | <ul style="list-style-type: none"> – Dues excepcions a aquesta situació respecte a la seguretat a l'espai públic: <ul style="list-style-type: none"> ▪ La concentració de petits delinqüents (carteristes) al voltant del Museu del “Barça” atrets per la concentració de fluxos turístics que es produeix. ▪ L'oferta de prostitució a l'Avinguda Joan XXIII, l'Avinguda Gregorio Marañon i el carrer Torre Molina (quan es fa fosc). |
|--|--|

ACCESSIBILITAT, MOBILITAT I SENYALITZACIÓ

Node Monestir de Pedralbes

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Bona mobilitat interna a peu. + Bona accessibilitat amb bus turístic: parada pròpia. | <ul style="list-style-type: none"> – Accessibilitat a peu des del Centre: dolenta. – Regular accessibilitat amb metro: Estació FCG “Reina Elisenda” bastant allunyada. – Dificultosa connectivitat amb altres nodes turístics: Nucli Antic de Sarrià i Palau de Pedralbes. – Molt deficient senyalització orientativa i interpretativa. |
|---|---|

Node Palau Reial

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Molt bona accessibilitat amb metro i tramvia. + Molt bona accessibilitat amb bus turístic: parada pròpia. + Bona connectivitat amb el node FC Barcelona- Recinte Maternitat (via Avinguda Martí i Franquès). + Existència de senyalització orientativa per a vianants. | <ul style="list-style-type: none"> – Bona accessibilitat amb vehicle, però problemes d'aparcament. – Dificil mobilitat interna respecte a recursos propers. – Dificil connectivitat amb els nodes del Monestir de Pedralbes, Palau de Congressos i Parc de Cervantes, a causa de les distàncies. |
|---|---|

Node Palau Congressos/Parc de Cervantes

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + Bona accessibilitat en metro i tramvia. + Bona accessibilitat vehicular. + Bona connectivitat interna entre els recursos del node. | <ul style="list-style-type: none"> – Accessibilitat a peu des del Centre: molt dolenta. Distància excessiva. – Bus turístic: força dolenta. La parada està molt allunyada. – Connexió amb altres nodes propers: dificultosa per la distància i pel tipus de recorregut. – Senyalització pràcticament inexistent. |
|--|--|

FACTORS POSITIVS O FAVORABLES (+)

FACTORS NEGATIUS O DESFAVORABLES (-)

ACCESSIBILITAT, MOBILITAT I SENYALITZACIÓ (Cont.)

Node FC Barcelona - Maternitat

- + Accessibilitat amb metro i tramvia bastant bona.
- + Accessibilitat amb vehicle (bus i auto): bona i facilitat d'aparcament.
- + Bus turístic: mot bona. Parada pròpia al Museu del "Barça" per les dues companyies.
- + Bones possibilitats de connectivitat interna entre els principals recursos vinculables: Recinte Maternitat- Museu del "Barça".
- + Bastant bona connectivitat amb el node Palau Reial.
- + Possibilitat de millorar la connectivitat amb el Nucli Antic, via Recinte Maternitat.

- Accessibilitat a peu des del centre ciutat: dolenta, distància excessiva.
- Dificultat de connectivitat amb altres nodes del Districte.
- Senyalització orientativa molt deficient i senyalització informativa i interpretativa molt limitada i inadequada per orientar els grans fluxos de turistes que visiten el node.

Node Eix Comercial de la Diagonal

- + Bona accessibilitat amb metro i tramvia.
- + Bona accessibilitat amb automòbil i facilitat d'aparcament.
- + Bus turístic: regular, però potencialment bo (hi passa, però no hi para la companyia principal).
- + Bona connectivitat interna: molt bona, via Diagonal, tots el recursos del node estan connectats.
- + Hi ha senyalització orientativa correcta de l'Eix Comercial.

- Accessibilitat a peu des del Centre: regular.
- Connexió amb el Nucli Antic de Les Corts: actualment deficient, però potencialment bona amb el Pla Especial del carrer Anglesola.
- No hi ha senyalització que orienti la visita cap el Nucli Antic.

Node Nucli Antic de Les Corts

- + Bona accessibilitat amb metro i tramvia.
- + Bona amb automòbil particular.
- + Mobilitat interna bona.
- + L'execució del Pla Especial del carrer Anglesola, permetrà articular la connexió amb els nodes veïns i especialment amb l'Eix Comercial de la Diagonal i també amb el node FC Barcelona-Maternitat.
- + Hi ha senyalització orientativa vertical per a vianants correcta, però manca diferenciar la informació turística.

- Accessibilitat a peu des del Centre: deficient
- Accessibilitat amb el bus turístic: deficient, però millorable.
- Manca de connectivitat (malgrat la proximitat física) amb el node de l'Eix Comercial de la Diagonal, a causa de deficient articulació urbanística.
- Molt deficient senyalització informativa i interpretativa dels recursos principals.

NOTORIETAT I IMATGE TURÍSTICA

- + Ubicació al Districte d'una de les icones turístiques de la ciutat més reconegudes internacionalment: el Barça. Avantatge competitiu clar.
- + Altres nodes o recursos amb notorietat turística: l'Eix Comercial de la Diagonal (especialment entre els barcelonins), el Monestir de Pedralbes i el Palau Reial.

- Perill que una imatge tan poderosa com el "Barça", associada a un tema tan específic com l'esport / futbol, pugui fer ombra o anul·lar els altres recursos turístics del Districte.
- Gran desconeixement del Nucli Antic: escassa associació de Les Corts a la imatge de "poble" o "vil·la tradicional" amb encant.
- Escassa associació entre els barcelonins de Pedralbes i Les Corts com a zones turístiques o de lleure. Associades més aviat a l'Eix Comercial de la Diagonal, Zona Universitària i barris residencials d'alt - standing.

TURISME I COMUNITAT LOCAL

- + No hi ha hostilitat ni animadversió respecte al turisme per part dels residents. El turisme no és motiu de conflicte.

- Hi ha una certa indiferència o manca de consciència del que pot aportar el turisme, que pot fer perdre oportunitats.
- També hi ha perill que els veïns confonguin "turisme" amb els inconvenients que produeixen "els fluxos generats pels grans esdeveniments" sobre els quals hi ha una certa oposició, i això pugui frenar iniciatives de desenvolupament turístic.

CONCLUSIONS SOBRE LA POTENCIALITAT TURÍSTICA DELS BARRIS I ZONES DEL DISTRICTE (*)

BARRI	ZONES I RECURSOS RELLEVANTS	CONDICIONANTS
PEDRALBES	En conjunt el barri té una Alta potencialitat turística amb les següents zones rellevants:	
<p><i>Potencial turístic:</i> Alt</p>	<p>El node del Monestir de Pedralbes i entorn té recursos d'alta potencialitat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monestir i Recinte • L'Església Sta. M^a la Reina • Entorn urbà: arquitectura i jardins 	<ul style="list-style-type: none"> • Accessibilitat relativament bona: des de Sarrià i parada Bus Turístic • Però: dificultat de vinculació amb la resta de recursos del Districte. • Proximitat al Parc de l'Oreneta (Districte Sarrià)
<p><i>Potencial turístic:</i> Baix</p> <p><i>Potencial lleure pels barcelonins:</i> Alt</p>	<p>Parc Collserola i Carretera de les Aigües</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vistes panoràmiques i esport/ salut 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificil accés des del Districte • Orientat al lleure dels barcelonins
<p><i>Potencial turístic:</i> Alt</p> <p><i>Potencial lleure pels barcelonins:</i> Alt</p>	<p>Eix Diagonal- Cantó Muntanya: Element de connexió atractiu que vincula diversos recursos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Parc Cervantes:</i> Destaca per les seves vistes i el roserar. • <i>Campus Nord: UPC i UB.</i> El seu interès ve donat per les activitats científic - universitàries i l'arquitectura • <i>Conjunt del Palau Reial i entorn:</i> És el més rellevant turísticament. Inclou els jardins, el Palau i els seus museus i les cavaleries de Gaudí (Finca Güell). • L'Avinguda Diagonal des de la Pl. Pius XII fins a Avinguda Sarrià. Pel seu entorn atractiu i la seva arquitectura contemporània. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicació una mica excèntrica • Ben comunicat (metro, bus turístic, bus) • Ben comunicada però falta animació i activitat comercial.

(*) Amb l'objectiu de facilitar la lectura de les conclusions sobre l'avaluació dels recursos turístics, es reproduïxen els quadres d'Avaluació turística general del Districte i dels seus barris (apartat 1.2.2)

BARRI	ZONES I RECURSOS RELLEVANTS	CONDICIONANTS
LA MATERNITAT I SANT RAMON	El barri considerat globalment té una Alta potencialitat turística, configurant-se les següents zones rellevants	<ul style="list-style-type: none"> • Ben comunicat (metro, bus, tramvia, bus turístic, etc.)
Potencial turístic: Alt Potencial lleure pels barcelonins : Baix	Palau de Congressos de Catalunya i Hotel Juan Carlos I	
Potencial turístic: Mitjà Potencial lleure pels barcelonins: Baix	El Campus Sud: UB i UPC i Parc Científic <ul style="list-style-type: none"> • Interès derivat per les seves activitats especialitzades i per l'arquitectura del campus. 	
Potencial turístic: Excepcional Potencial lleure pels barcelonins: Alt	FC Barcelona i entorn (museu, etc) <ul style="list-style-type: none"> • Es un recurs turístic i de lleure d'altíssim potencial, de tal forma que ja és un dels "highlights" turístics de visita obligada Recinte Maternitat <ul style="list-style-type: none"> • Conjunt patrimonial d'alt potencial pel turisme i el lleure. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manca definir el que ha de ser el Futur Pla Barça • El recinte de la Maternitat és encara poc conegut i promocionat. Per la seva proximitat podria vincular-se fàcilment amb el motor turístic que és FC Barcelona i entorn.
LES CORTS	Globalment el potencial turístic del barri podríem qualificar-lo de Mitjà , diferenciant-se diverses zones	
Potencial turístic: Alt	Eix comercial Av. Diagonal des de Pius XII fins a Entença: El Corte Inglés, Pedralbes Centre i l'illa. <ul style="list-style-type: none"> • És una de les àrees més dinàmiques de compres (tant per a turistes com per a barcelonins) de la Ciutat, reforçada amb establiments hotelers i de restauració i centres de negocis, amb forta capacitat d'atracció. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ben comunicada (Diagonal, tramvia, metro, bus). Manca parada bus turístic
Potencial turístic: Baix Potencial lleure pels barcelonins: Mitjà	Nucli Antic de Les Corts <ul style="list-style-type: none"> • Aglutinat al voltant de la Pl. Concòrdia. • Atractiu però sense elements singulars. 	<ul style="list-style-type: none"> • Està molt proper al potent Eix comercial de la Diagonal, però el seu urbanisme no en facilita la vinculació. El projecte de l'Eix C/ Europa – c/Anglesola podria resoldre aquest problema. • Oferta i teixit comercial dèbil
Potencial turístic: Baix	Eix comercial Sants – Les Corts <ul style="list-style-type: none"> • Carrer Galileu, Vallespir i Joan Güell. Animat i dinàmic però de limitat atractiu turístic. 	
Potencial turístic: Mitjà	Zona carrer Loreto- Avda. Sarrià <ul style="list-style-type: none"> • Degut a una concentració d'oferta hotelera, restauració i lleure, té un potencial turístic mitjà, centrat en el turisme de negocis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona més vinculada a l'Eixample.

PART II. ESTRATÈGIES I LÍNIES D'ACTUACIÓ

2. ESTRATÈGIES DE BASE

2.2. ESTRATÈGIA DE DESENVOLUPAMENT

Es tracta de respondre a les següents qüestions:

Quin pes ha de tenir el turisme en el desenvolupament econòmic i social del Districte i els seus barris?

Què s'ha de fer per tal que es realitzi de forma sostenible i equilibrada, i s'aprofiten al màxim les sinèrgies amb altres sectors?

Premisses

- En primer lloc hem de fer esment a la necessitat d'un tractament diferenciat entre els diversos barris o zones del Districte, ja que tal com hem vist a la Diagnosi, les potencialitats turístiques són molt desiguals entre barris i per tant, també ho són les seves possibilitats de desenvolupar-se turísticament.
- Per altra banda hem d'esmentar que a més dels *efectes directes* que genera el turisme en termes d'ocupació i renda per a les activitats directament relacionades (principalment hoteleria i restauració), també se'n deriven uns *efectes sinèrgics positius*, amb una sèrie d'activitats "no turístiques" com poden ser el comerç, la cultura, els serveis de transport, serveis mèdics, educació, esport, serveis personals, etc., i per tant, han de veure's com a *sectors col·laboradors* i no com a sectors incompatibles o mútuament excloents, malgrat que en algú moment puguin aparèixer conflictes o tensions.

El turisme ja té un pes econòmic important al Districte i té possibilitats d'augmentar en el futur

- Malgrat no ser considerat un Districte "turístic", l'activitat turística ja té un pes molt rellevant dins de la seva economia. Això és degut bàsicament als següents factors:
 - *Una oferta hotelera important (5.613 places)*, és el cinquè Districte per nombre de places, però el que és més important, gran part d'aquesta oferta correspon a la categoria més alta (5* i 5*GL), amb establiments de gran format i dotats d'equipaments complementaris (spas, sales de reunions, centres de negoci, etc.) el qual representa un elevat valor afegit i d'ocupació per habitació ofertada.
 - *El fet de disposar d'importants atractius i recursos turístics*, alguns d'ells, com és el cas del Museu FC Barcelona, autèntiques icones de visita obligada que atreuen milions de visitants.
 - *El fet de disposar d'importants equipaments de suport* (Palau de Congressos, Auditoris, etc.) i d'una gran concentració d'activitats: negocis, centres comercials,

centres universitaris i de recerca, etc, sinèrgics amb l'activitat turística, i que atreuen també molts fluxos de visitants.

L'activitat turística té encara possibilitats de créixer a gran part del Districte sense posar en perill la seva sostenibilitat ni generar incompatibilitats.

- De fet, el Districte es configura con l'àrea natural de creixement turístic i hoteler de la ciutat, seguint una dinàmica d'expansió similar a la que han seguit prèviament altres sectors, com el comerç ("Shopping Line"), els Centres de Negocis i Financers (Business District), és a dir seguint la línia: Plaça Catalunya -> Passeig de Gràcia -> Diagonal Central (Plaça Joan Carles I- Pla Francesc Macià) -> Diagonal Superior (Plaça Francesc Macià – Zona Universitària). La seva proximitat a l'Eixample (que ja presenta alguns símptomes de saturació) i el fet de tenir l'Avinguda Diagonal com a vector urbanístic estructurant, faciliten aquest procés.
- Degut a la configuració urbanística de gran part del Districte, amb abundància de zones verdes i de grans equipaments, grans avingudes, zones residencials poc densificades, etc., l'activitat turística i hotelera pot créixer a gran part del seu territori, sense que hi hagi perill de congestió i saturació.

L'activitat turística al Districte, actualment molt concentrada, podria escampar-se territorialment

- *L'activitat turística avui en dia està molt focalitzada i concentrada territorialment, i no s'aprofiten prou les seves potencialitats dinamitzadores per a la resta del Districte. De fet tenim dos grans factors de concentració turística:*
 - *L'oferta hotelera i comercial que es concentra sobre l'Eix de l'Avinguda Diagonal (vessant mar) especialment al barri de Les Corts.*
 - *Les instal·lacions del FC Barcelona (Estadi i Museu) una de les icones més visitades i reconegudes pel turisme internacional a Barcelona.*

Però aquests grans "drivers" turístics, gairebé no generen fluxos de visitants a les seves zones més immediates, malgrat la seva proximitat i malgrat que no hi manquen atractius turístics.
- Creiem que aquesta situació és reversible ja que el Districte posseeix recursos i condicions perquè això sigui possible si s'actua sobre els impediments o frens que dificulten la capil·larització dels fluxos turístics (manca de visibilitat i de connectivitat, manca d'informació, etc). Una de les prioritats de l'Estratègia de Desenvolupament turístic del Districte ha de ser l'aprofitament de les zones ja consolidades turísticament per tal de

capil·laritzar els fluxos i beneficis del turisme cap a altres zones i barris, especialment cap al Nucli Antic de Les Corts.

El desenvolupament turístic pot ser molt diversificat

- Les característiques urbanes, la bona accessibilitat, l'atractivitat dels recursos, la capacitat d'augmentar l'oferta hotelera i el dinamisme i potencial d'activitats i sectors sinèrgics amb el turisme (comerç, negocis, universitari- científic, etc.) ens permeten afirmar que el previsible creixement turístic podria ser diversificat tant pel que fa a la tipologia de l'estada (amb pernoctació, day – trips, visites de barcelonins) com a la motivació (urbà, cultural, negocis, reunions i convencions, científic- universitari, etc.). Aquesta és una situació altament favorable que s'ha de gestionar convenientment, ja que no es tracta d'atreure turistes o visitants "per se", sinó de prioritzar els fluxos que aportin més valor afegit, que no generin incompatibilitats amb altres activitats ni amb els veïns i que tinguin efectes sinèrgics i equilibradors per al territori i la comunitat local. Aquesta prioritació es concreta més endavant, en definir l'Estratègia de Producte/ Mercat.

Necessitats de polítiques municipals a nivell de Districte per tal d'aconseguir la consolidació i el creixement de l'oferta hotelera a les zones més idònies

- L'estratègia haurà d'enfocar-se perquè aquest previsible creixement hotelier es faci de forma ordenada en l'espai (ubicacions idònies) i en el temps (ritmes de creixement acompassats amb el creixement de la demanda). Per altra banda, com hem assenyalat abans, en ser un Districte urbanísticament "acabat" i colmatat i amb una gran part del seu territori destinat a zona verda o a equipaments (esportius, universitaris, sanitaris), pot trobar-se amb problemes per poder donar resposta a la dinàmica de creixement hotelier, en principi positiva tant pel Districte (que té capacitat de créixer) com per a la ciutat (que té necessitat de desconcentrar els Districtes de Ciutat Vella i L'Eixample).
- Per tant, en els futurs Plans i actuacions urbanístiques s'hauria de tenir molt present aquest principi i que la previsible i desitjable expansió hotelera es pugui fer de forma desconcentrada per tot el Districte, procurant també incentivar aquest tipus d'inversió sobre la purament immobiliària. Hem de fer esment aquí a l'oportunitat que pot representar el Pla del Barça, encara per definir, per tal de donar resposta a aquestes necessitats.

2.2. ESTRATEGIA DE ROL

Es tracta de respondre a la pregunta:

Quin ha de ser el rol a jugar pel Districte i els seus barris dintre del Sistema Turístic “Destinació Barcelona”?

Premisses

- A més de contemplar una visió del rol a jugar pel Districte en la seva globalitat, degut a les característiques diferenciades entre els diversos barris i zones del Districte, definim també un rol específic per a les diverses zones o barris, centrant-nos únicament en els estratègicament rellevants.

- ***Districte de Les Corts***

El Districte, gràcies a la Diagonal, és la “porta d’entrada”, el “rebedor” i “aparador” més idoni i elegant per a mostrar al visitant la Barcelona moderna

L’Avinguda Diagonal, com a element central i estructurant, és una peça clau en el rol que ha de jugar el Districte en la que anomenem “Destinació Barcelona”, ja que podríem dir que és la porta d’entrada, rebedor i aparador idoni per a mostrar la Barcelona més elegant, moderna, dinàmica i cosmopolita: Zona Universitària, Palau Reial, arquitectura contemporània, centres de negocis, centres comercials, jardins i espais verds, etc

El Districte de les Corts, una peça clau per a fer possible el creixement sostenible del turisme a la Ciutat

Tant per la seva ubicació com per la seva configuració urbana i els seus recursos, el Districte és una de les àrees més adequades per absorbir part del futur creixement turístic i hotelier de la ciutat, ja que la seva atractivitat i capacitat de càrrega afavoreixen i admeten aquest creixement sense greus perills de congestió i/ o incompatibilitats.

- ***Node FC Barcelona - Recinte de la Maternitat***

Node principal, gran icona de la “Destinació Barcelona” i “driver” per a la dinamització i posicionament turístic del Districte

El Museu i les Instal·lacions del FB Barcelona, s’han convertit en una icona de visita obligada i en un referent de la imatge turística internacional de la Ciutat. El Museu rep 1,3 milions de

visitants de pagament l'any, amb una gran proporció de turisme familiar, però això gairebé no genera efectes dinamitzadors per a la resta del Districte, ja que els turistes es limiten a visitar el Museu i després retornen cap al centre de la ciutat.

L'objectiu és que aquest node, també jugui un rol com a “driver” o “motor” per a desenvolupar turísticament els recursos i nodes propers amb potencialitats molt desaprofitades.

El Recinte de la Maternitat seria el recurs més fàcilment vinculable gràcies a la seva proximitat i atractiu. També es podria vincular el node del Nucli Antic de Les Corts i l'Eix Comercial de la Diagonal amb una sèrie de mesures com una bona senyalització i actuacions urbanístiques de detall sobre l'espai públic, juntament amb una coordinació d'esforços entre tots els actors implicats.

Cara al futur, el disseny i aprovació del “Pla del Barça”, també haurien de tenir molt presents les millors vies per a optimitzar aquest rol de “motor” i de dinamitzador turístic per a la resta del Districte. Se'n haurien de beneficiar especialment les activitats comercials i de restauració.

Cal una *política especialment curosa per tal de canalitzar aquest potencial de creixement*, de manera que, per una banda eviti els perills que comporta un creixement turístic descontrolat (banalització, congestions, desplaçament d'activitats, “turistificació”, etc.) i de l'altra, aprofiti aquest gran potencial de desenvolupament en benefici dels barris més propers.

- **Node Monestir de Pedralbes**

Node secundari dintre de la “Destinació Barcelona”: Un recinte gòtic a on encara es pot viure la història i l'espiritualitat

El seu paper dins del Sistema Turístic de Barcelona és oferir als segments més motivats culturalment la possibilitat de descobrir espais de gran interès cultural i històric fora dels entorns més massificats i en un entorn tranquil i ben preservat.

L'atractiu del Monestir i el seu entorn es basa tant en el gran valor patrimonial i històric del recinte com en el seu ambient i característiques: el recinte manté la seva funció religiosa i això es nota en l'ambient de recolliment que s'hi respira. Un altre valor és l'entorn urbanístic del barri, amb una densitat d'edificació relativament baixa.

És un recurs més vinculable al node del Nucli Antic de Sarrià (Districte Sarrià – Sant Gervasi) que a la resta del Districte de Les Corts tant per ubicació i possibilitats de connexió, com pels segments de públic al qui va adreçat.

Creiem que ja compleix el seu rol de producte cultural no massiu i que ha de mantenir-se en la seva situació actual, amb un volum de fluxos relativament moderat però de qualitat. El més importat seria millorar la seva connectivitat a peu amb el node del Nucli Antic de Sarrià.

- **Node Palau de Congressos de Catalunya i Hotel Juan Carlos I**

Node secundari especialitzat dins la “Destinació Barcelona”: Espai per als esdeveniments d’alt - standing

El Conjunt del Palau de Congressos de Catalunya l’Hotel Juan Carlos I, juntament amb d’altres instal·lacions complementàries: jardins, spa, oferta gastronòmica, i la proximitat del Parc de Cervantes amb el seu roserar, el configuren com a un node especialitzat en reunions i esdeveniments de qualitat dins la “Destinació Barcelona” i com un resort turístic aïllat i alhora urbà.

La seva posició excèntrica i relativament allunyada dins del Districte, fa que sigui autosuficient i estigui desvinculat de la resta de nodes i atraccions turístiques del Districte.

- **Node Palau Reial i nodes complementaris propers (Campus Nord i Campus Sud)**

Node principal dintre de la “Destinació Barcelona”: Jardins, espais verds i arquitectura contemporània

L’atracció turística principal d’aquest node és el Palau Reial i la finca Güell, envoltats de jardins i dels Campus Universitari (Nord i Sud) que compten amb algunes peces arquitectòniques d’especial interès.

A més del seu valor “per se” (Palau Reial, museus i jardins) gràcies a la seva ubicació, el rol d’aquest node es veu reforçat per la proximitat d’altres nodes secundaris (Campus Nord i Sud) i sobretot, per la recent obertura de l’Avinguda Martí i Franques que fa que sigui la porta d’accés més directa, via metro, al Node Principal FC Barcelona – Recinte Maternitat. Una adequada ordenació i senyalització beneficiaria ambdós.

La distància respecte a d’altres nodes, com el del Monestir de Pedralbes, fa difícil la seva vinculació directa.

- ***Node Principal Eix Comercial de la Diagonal: Com a gran recurs de futur per l'expansió del turisme urbà de shopping***

Aquest potent Eix Comercial, amb “locomotores” com el Corte Inglés, Pedralbes Centre i l'illa Diagonal, configura l'extrem occidental de la que s'anomena la “Shopping Line” i s'ha consolidat com un gran focus d'atracció de visitants que hi fan shopping, però encara té una baixa penetració entre els turistes a Barcelona, que es concentren a Citat Vella i al Passeig de Gràcia.

Gràcies a la seva oferta i condicions (ubicació, accessibilitat, urbanisme, etc.) reuneix tots els requisits per a ser un altre node alternatiu pel shopping dels turistes a Barcelona. Una sèrie de factors poden limitar la seva penetració en el mercat turístic, per exemple la discontinuïtat que introdueix a la “Shopping Line” la manca d'idoneïtat de la Diagonal per a l'activitat comercial a la seva part central (entre la Plaça Juan Carlos I i la Plaça Francesc Macià). Una altra causa pot ser la manca de parada del bus turística, malgrat que el bus turístic de Turisme de Barcelona passa per davant.

Un altre rol que podria assumir aquest Eix Comercial a nivell de Districte és el de dinamitzador turístic i comercial dels barris propers, especialment del Nucli Antic. Avui en dia i malgrat la seva proximitat, això no es produeix. Una sèrie de millores urbanístiques previstes) de l'espai urbà (Pla del carrer Europa- carrer Anglesola) i de senyalització, han de fer possible que jugui aquest paper dinamitzador en el futur.

- ***Node Secundari Nucli Antic de Les Corts: Un espai urbà tranquil i reposat enmig de la Barcelona moderna***

Actualment té molt poca activitat turística malgrat el seu encant i la seva proximitat a grans “drivers” que atreuen fluxos milionaris de visitants, especialment l'Eix Comercial i de Negocis de la Diagonal. La pèrdua de teixit comercial i artesanal ha contribuït a aquest desconeixement.

Si bé aquest Nucli Antic no disposa d'elements patrimonials destacables i té menor vitalitat que altres antics pobles i viles de Barcelona, pot atreure un nombre significatiu de visitants gràcies al seu encant i per tant, dinamitzar els seus establiments comercials i de restauració. La culminació d'algunes reformes urbanístiques en curs (Pla Especial carrer Europa- carrer Anglesola) i un adequat pla de senyalització d'itineraris, farien possible la seva vinculació als dos nodes principals del Districte: FC Barcelona i Eix Comercial de la Diagonal.

Per altra banda, a mesura que es consolidi el Nucli Antic, alguns beneficis de l'activitat turística podria estendre's cap a l'Eix Comercial Sants- Les Corts, que avui en dia en resta totalment al marge de l'activitat turística.

2.3. ESTRATÈGIA TERRITORIAL

Com ha d'estructurar-se territorialment el turisme dintre del Districte?

Com ha d'articular-se amb els districtes veïns i amb la resta de la "Destinació Barcelona"?

Consideracions prèvies

- El Districte s'ha d'estructurar territorialment des del punt de vista turístic en base als seus nodes principals:
 - Node del FC Barcelona – Recinte Maternitat
 - Node Eix Comercial de la Diagonal
 - Node Palau Reial
- i nodes secundaris rellevants:
 - Monestir de Pedralbes
 - Palau de Congressos de Catalunya i Hotel Juan Carlos I
 - Nucli Antic de les Corts
 - Campus Universitaris i Científics (Nord i Sud)
 - Carrer Loreto / Avinguda Sarrià
- La resta són nodes complementaris i recursos aïllats.
- Sempre que sigui possible intentarem vincular aquests nodes principals entre sí, però això no sempre serà possible.
- Els nodes secundaris i recursos aïllats s'han de poder connectar a algun node principal per a tenir rellevància turística, però això en molt casos no és possible.

Node FC Barcelona – Recinte Maternitat

- És el Node Principal del Districte, actualment molt aïllat respecte als altres nodes i fins i tot desvinculat d'un recurs d'alta potencialitat que forma part d'aquest node: El Recinte de la Maternitat.
- La prioritat serà per una banda, aconseguir vincular i connectar els dos recursos més importants del Node: Museu del FC Barcelona – Recinte Maternitat, tasca relativament senzilla (via Avinguda Joan XXIII) que només requereix d'una bona senyalització i petites actuacions en l'espai urbà.
- Per altra banda, aconseguir una bona vinculació d'aquest node (sempre que sigui possible i raonable) de manera que tingui un efecte dinamitzador o d'arrossegament sobre els altres nodes del Districte. Aquesta vinculació entenem que és possible, i per tant s'ha de prioritzar, en:
 - *Node Palau Reial.* És un node principal pel seu potencial propi (Palau, jardins, museus, entorn, etc.) i alhora és porta principal d'entrada (Metro L3 " Palau Reial) per accedir al Node

FC Barcelona – Recinte Maternitat, via Avinguda Martí i Franqués de recent entrada en servei. Les sinergies mútues entre ambdós són evidents. La recent obertura i urbanització de la Avinguda Martí i Franqués travessant el Campus Universitari Sud i el Parc Científic, permet una connexió còmoda (400 m). Es tractaria de millorar la senyalització i la qualitat de l'espai públic d'aquesta avinguda, encara una mica “desangelada”.

- *Node Nucli Antic de Les Corts.* Aquesta connexió és més difícil, però és possible i estratègicament important per al Districte. Una vegada aconseguida la connectivitat interna Museu FC Barcelona -> Masia Barça -> Recinte de la Maternitat, es tractaria de, a partir d'aquest Recinte, prioritzar un itinerari turístic que permeti un passeig còmode, interessant i agradable fins al Nucli Antic. Això es podria fer via el Carrer Mejía Lequerica (Antic Frenopàtic) -> Ronda del Mig (Rambla Gran Via Carles III) -> Carrer Dolors Masferrer i Bosch -> Plaça Comas -> Carrer del Remei –> Plaça Concòrdia.
- *Node Eix Comercial de la Diagonal.* La connexió amb aquest node es faria des del Nucli Antic, passant pels nous enllaços previstos (Pla Especial del carrer Europa- carrer Anglesola) amb l'Avinguda Diagonal. Des d'aquí seguint la Diagonal amunt es connectaria amb el Node Palau Reial.

En definitiva, aquesta proposta de vinculacions (algunes més dificultoses que altres però totes possibles) permetria unir en un sistema circular d'itineraris turístics els principals nodes del Districte, sense grans dispendis ni inversions i aprofitant sobretot el gran efecte “motor” del Barça.

Node Palau de Congressos de Catalunya – Hotel Juan Carlos I

- Actualment és un node aïllat de la resta del Districte però que presenta una bona connexió via metro (L3 “Zona Universitària” i futura L9) amb el nucli central del Sistema Turístic de Barcelona i també, una bona connexió per als que accedeixen directament en vehicle des de l'exterior per les Rondes.
- Creiem que ha de funcionar (i pot funcionar) bàsicament com a un node independent de la resta de nodes del Districte, degut a les pròpies característiques del recurs i a les seves dificultats de connexió. La única vinculació de proximitat a potenciar com a recurs complementari, seria amb el recurs proper Parc de Cervantes i en menor mesura amb el Palau Reial.

Node Monestir de Pedralbes

- Creiem que ha de funcionar bàsicament com a un node independent de la resta de nodes del Districte, degut a les pròpies característiques del recurs i a les dificultats de connexió. La única possible vinculació de proximitat seria amb el node del Nucli Antic de Sarrià, malgrat que això presenta certes dificultats per la distància i característiques d'una part del Passeig Reina Elisenda (voreres estretes i manca d'animació i de comerç).
- Malgrat la seva proximitat amb el Parc de l'Oreneta (Districte de Sarrià – Sant Gervasi) tampoc creiem rellevant ni necessària potenciar aquesta connexió degut a les diferents tipologies dels recursos i dels públics objectiu.

Node Eix Comercial de la Diagonal

- Aquest node principal s'articula amb la resta de la "Destinació Barcelona" principalment via metro (L3) i en canvi li manca parada de bus turístic, malgrat passar-hi per davant.
- La Diagonal és l'element estructurant que permet una bona connexió a peu amb els altres nodes vinculables:
 - El Node Complementari del carrer Loreto- Avinguda Sarrià, a l'extrem del Districte i a través d'aquest amb el Node del Turó Park (Districte de Sarrià – Sant Gervasi) i la Plaça Francesc Macià (Districte de l'Eixample).
 - El Node Principal Palau Reial
- La prioritat més immediata serà la vinculació amb el Nucli Antic de Les Corts una vegada es completi el Pla Especial del carrer Europa- carrer Anglesola. Els beneficis que aquesta vinculació pot aportar a la zona són evidents, ja que complementa l'Eix Comercial de la Diagonal, amb una oferta molt diferent.

Node Nucli Antic de Les Corts

- Actualment, malgrat la seva ubicació central i pròxima a la Diagonal, està totalment desconnectat turística i comercialment. La possibilitat i conveniència d'establir vinculacions amb altres nodes són evidents, tant per aquesta zona com per altres, ja que per la seva posició central al Districte pot actuar com a "ròtula de connexió" entre nodes. Les propostes de connexió són les següents:
 - En primer lloc, potenciar la connexió amb el node més proper, l'Eix Comercial de la Diagonal. Això serà possible en la mesura en que el Pla Especial del carrer Anglesola es vagi concretant. Cal destacar que s'ha de vetllar perquè es potenciïn els usos comercials en els baixos dels edificis i en uns espais públics (voreres, etc.) que convidin al passeig pel nou viari.

- La connexió amb el node FC Barcelona – Recinte Maternitat, segon l'itinerari proposat més amunt: Això es podria fer via el carrer Mejia Lequerica (Antic Frenopàtic) -> Ronda del Mig (Rambla Gran Via Carles III) -> carrer Dolors Masferrer i Bosch -> Plaça Comas -> carrer del Remei –>Plaça Concòrdia.
- Aquestes connexions, a més de dinamitzar el Nucli Antic, permetrien que fes una funció de ròtula respecte d'altres zones secundàries, contribuint també a la seva dinamització, aquest seria el cas per exemple, de l'Eix Comercial Sants- Les Corts.

Node carrer Loreto- Avinguda Josep Tarradellas

- Zona hotelera i de restauració ja molt propera a l'Eixample i que de fet, està poc vinculada a la resta de nodes del Districte.
- S'hauria de potenciar la seva connectivitat amb l'Eix Comercial de la Diagonal, ja que presenta uns trams de discontinuïtat entre el carrer Entença i l'Avinguda Sarrià i d'aquesta manera potenciar el seu paper de ròtula (i per tant la connectivitat de tot el Districte) respecte als nodes del Turó Park i la Plaça Francesc Macià.

2.4. ESTRATÈGIA DE PRODUCTE / MERCAT

Consideracions prèvies

- Es tracta de donar resposta a la següents qüestions:

Quins productes hem de potenciar?

Amb quines prioritats?

A qui han d'anar dirigits?

- Degut a la diversitat turística del Districte, no té sentit definir una estratègia de producte- mercat global. En canvi sí que té sentit, des del punt de vista mercadològic i operatiu, definir-la per a cadascun dels seus nodes principals, en aquest cas: Node FC Barcelona- Recinte Maternitat, Node Nucli Antic de Les Corts, Node Palau Reial, Node Eix Comercial de la Diagonal i Node Monestir de Pedralbes, tenint en compte que aquests nodes també poden incorporar o vincular-se a recursos o nodes secundaris.
- La definició d'aquesta estratègia la farem en base a dos eixos:
 - **L'eix de Potencial:** Ens mesura el potencial de recursos del destí o node turístic per a desenvolupar un determinat producte. És evident que a major potencial dels recursos més capacitat competitiva tindrà.
 - **L'eix d'Interès:** Ens indica l'interès que té per a la destinació o node, el desenvolupament d'un determinat producte o mercat en funció dels beneficis econòmics i socials que pot comportar, atenent a variables com: volum de mercat, grau de competència, nivell de despesa que generarà a la zona, etc., i dels condicionaments propis del Districte: capacitat de càrrega, compatibilitats o incompatibilitats amb altres productes o activitats, inconvenients que pot generar (molèsties, brutícia, soroll, etc.).
- Per tant, tenint en compte aquestes variables analitzades en detall en els capítols d'Anàlisi i Diagnosi, proposem les següents estratègies per a cada node principal del Districte, en base a les consideracions següents:

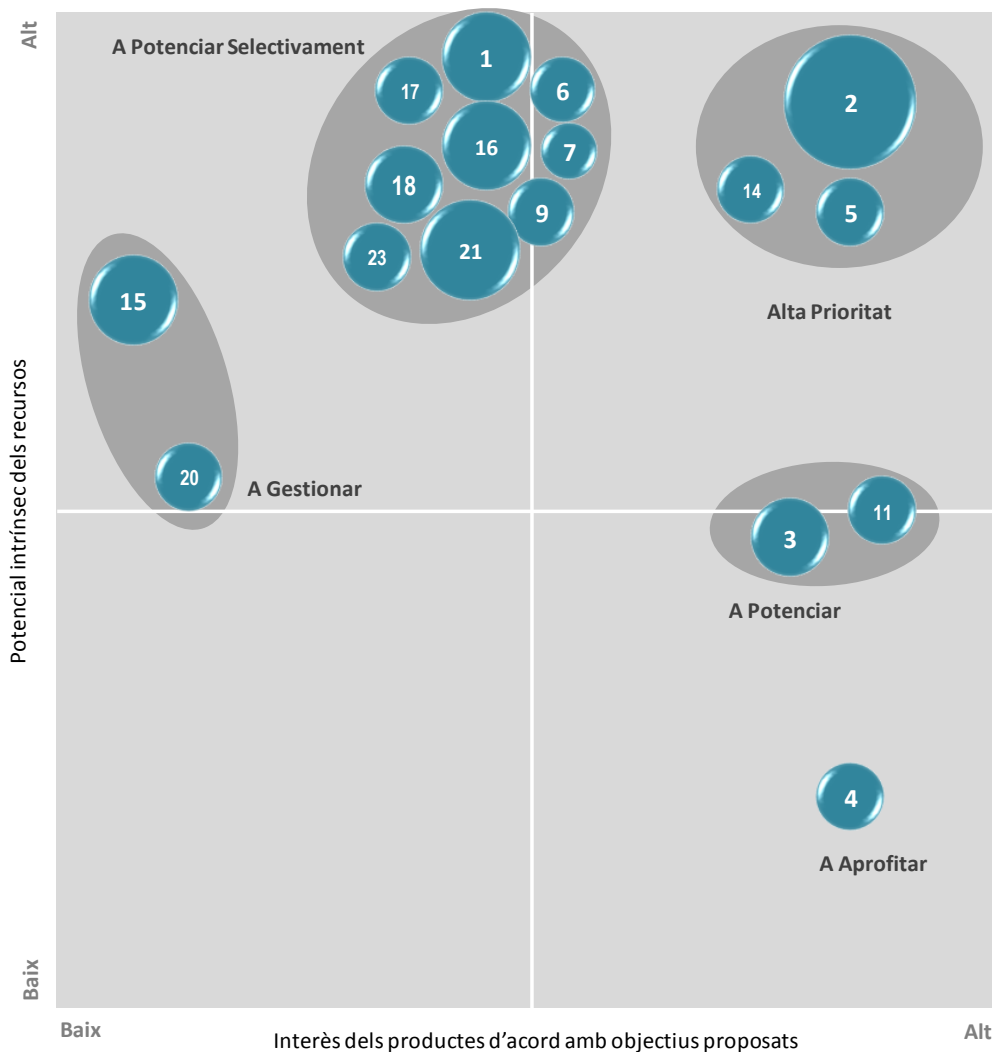
NODE TURÍSTIC FC BARCELONA- RECINTE MATERNITAT

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN				
1	Touring Urbà Organitzat	<p>Excepcional</p> <p>El Museu i les instal·lacions del FC Barcelona s'han convertit en una de les icones turístiques més visitades i reconegudes de Barcelona. Fàcil accessibilitat i aparcament per a grups organitzats.</p> <p>El Recinte de la Maternitat amb el seu gran valor patrimonial i la seva proximitat al "Barça", reforça el potencial del node.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Els fluxos de turisme organitzat (grups) poden generar inconvenients i algunes incompatibilitats respecte a d'altres tipus de turisme i als residents (autocars). Per tant, el seu grau d'interès en aquest cas és mitjà.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
2	Touring Urbà Independent	<p>Excepcional</p> <p>El Museu i les instal·lacions del FC Barcelona s'han convertit en una de les icones turístiques més visitades i reconegudes de Barcelona. Fàcil accessibilitat en metro i bus turístic.</p> <p>El Recinte de la Maternitat amb el seu gran valor patrimonial i la seva proximitat al "Barça", reforça el potencial del node.</p>	<p>Alt</p> <p>Els fluxos de turistes independents generen menys inconvenients, la despesa mitjana sol ser superior i són més propensos a visitar altres zones del Districte o barri amb els conseqüents beneficis.</p>	<i>Alta Prioritat</i>
3	Reunions i Convencions	<p>Mitjà</p> <p>Per la disponibilitat d'espais per a reunions de petit i mitjà format, per la proximitat de grans equipaments i generadors de reunions, com a recurs complementari de visita pels congressistes.</p>	<p>Alt</p> <p>És un producte d'alt interès per l'elevat nivell de despesa que comporta, baixa estacionalitat i per la bona imatge i prestigi que genera.</p>	<i>A Potenciar</i>
4	Negoci i Professional	<p>Baix</p> <p>Només pot ser considerat com a recurs complementari per aquest producte mercat. Malgrat la proximitat de centres de negoci i d'hotels orientats a aquest mercat.</p>	<p>Alt</p> <p>És un tipus de turisme d'alt nivell de despesa, sol ser repetitiu i poc estacional i complementa el mix d'ocupació hotelera ja que funciona en sentit invers del vacacional.</p>	<i>A Aprofitar</i>
5	Turisme Cultural en sentit estricte	<p>Alt</p> <p>Per la potencialitat que té sobretot el Recinte de la Maternitat.</p>	<p>Alt</p> <p>Alt nivell de despesa. Genera pocs conflictes. Reforça la notorietat i la imatge positiva del destí.</p>	<i>Alta Prioritat</i>
6	Esdeveniments esportius	<p>Excepcional</p> <p>Per les instal·lacions del FC Barcelona.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Pot generar alguns inconvenients per la irregularitat dels fluxos: puntes i valls molt acusades. És molt beneficiós per a la notorietat i la imatge.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
7	Esdeveniments culturals	<p>Alt</p> <p>Les instal·lacions del FC Barcelona (Camp Nou, Miniestadi, Palau Blaugrana) són molt idònies i utilitzades per a grans esdeveniments culturals massius (concerts, etc.). També el Recinte de la Maternitat podria ser utilitzat per a aquests tipus d'esdeveniments, tot i que de menor format.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Pot generar alguns inconvenients per la irregularitat dels fluxos: puntes i valls molt acusades. És molt beneficiós per a la notorietat i la imatge.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
8	Gastronòmic	Irrellevant	Irrellevant	

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN (Cont.)				
9	Creuers amb pernoctació	<p>Alt</p> <p>Degut principalment a la icona del FC Barcelona i a la proximitat d'hotels d'alt standing.</p> <p>La Maternitat, per la seva proximitat, reforça l'atractiu del node.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Una part de les visites dels creueristes són visites organitzades molt ràpides i per tant, amb poc impacte econòmic al Districte. Però una altra part dels creueristes fan visites independents i disposen de més temps de visita i podrien fer més despesa al Districte.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
10	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	
11	Turisme Mèdic	<p>Mitjà</p> <p>Per la ubicació de centres mèdics privats d'alt nivell i prestigi.</p>	<p>Alt</p> <p>Les característiques dels centres mèdics propers, fan que la tipologia del turisme mèdic a la zona sigui, en termes quantitius, de caràcter minoritari, però d'alt nivell econòmic, i per tant, amb un nivell de despesa major i amb estades llargues. A més, genera prestigi a la zona.</p>	<i>A Potenciar</i>
12	T. Científic-Universitari	Irrellevant	Irrellevant	
13	T. Educatiu – Universitari	Irrellevant	Irrellevant	
14	T. Interès Especial	<p>Alt</p> <p>Ens referim grups i associacions especialment motivades per l'esport.</p>	<p>Alt</p> <p>Degut a que són grups qualificats i creadors d'opinió, ens ofereix una oportunitat per potenciar la imatge turística del Districte.</p>	<i>Alta Prioritat</i>
EXCURSIONISTES A BCN				
15	Day Trip Organitzat	<p>Excepcional</p> <p>El Museu i les instal·lacions del FC Barcelona s'han convertit en una de les icones turístiques més visitades i reconegudes de Barcelona. Fàcil accessibilitat i aparcament per a grups organitzats.</p> <p>El Recinte de la Maternitat amb el seu gran valor patrimonial i la seva proximitat al "Barça", reforça el potencial del node.</p>	<p>Baix</p> <p>Poden generar problemes de sobrecàrrega (grups, autocars, etc.) i congestió i degut a la seva visita molt curta, aporten pocs beneficis al Districte.</p>	<i>A Gestionar</i>
16	Day Trip Independent	<p>Excepcional</p> <p>El Museu i les instal·lacions del FC Barcelona s'han convertit en una de les icones turístiques més visitades i reconegudes de Barcelona. Fàcil accessibilitat en metro i bus turístic.</p> <p>El Recinte de la Maternitat amb el seu gran valor patrimonial i la seva proximitat al "Barça", reforça el potencial del node.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Visita curta però sense els problemes de sobrecàrrega dels grups i amb majors possibilitats de visitar altres recursos propers i de despesa al Districte.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
EXCURSIONISTES A BCN (Cont.)				
17	Residents a Catalunya	<p>Alt</p> <p>Les instal·lacions del FC Barcelona tenen una gran capacitat d'atracció per als catalans.</p> <p>El Recinte de la Maternitat és molt poc conegut però degut a la seva proximitat i amb bona senyalització, es pot potenciar la seva visita.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Visita curta però sense els problemes de sobrecàrrega dels grups.</p> <p>Major possibilitat de despesa a la zona.</p> <p>Difusió i coneixement de la resta del Districte.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
18	Escolars a Catalunya	<p>Alt</p> <p>Per l'atractiu del recurs principal, el FC Barcelona, per a aquest segment i per la idoneïtat de les instal·lacions (aparcament, facilitat de control, possibilitat de tallers, etc). La creació de productes adaptats permet incorporar altres recursos propers (Maternitat, Campus Universitaris i Científics, etc.) també molt adequats per aquest segment.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Permet reduir l'estacionalitat entre setmana. Nivell de despesa molt baix. Poc dinamitzador econòmicament. Difusió i coneixement del propi país i dels valors de l'esport.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
19	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	
20	Creuers sense pernoctació	<p>Mitjà</p> <p>Malgrat ser una icona important, competeix amb altres recursos icònics de la ciutat per l'escassa disponibilitat de temps.</p>	<p>Baix</p> <p>Visita molt curta i en molt casos sense parar. Dificilment visitaran els recursos de l'entorn. Aporta pocs beneficis al Districte.</p>	<i>A Gestionar</i>
BARCELONINS				
21	Lleure independent	<p>Alt</p> <p>Les instal·lacions del FC Barcelona són un recurs de visita obligada per als seguidors del club, com a mínim un cop a la vida. El Recinte de la Maternitat pot tenir un gran d'atractiu per als barcelonins d'altres districtes.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Mercat fàcilment accessible. Poc estacional. Ben articulats amb altres recursos ajudarà a descobrir la resta del Districte.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
22	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	
23	Escolar	<p>Alt</p> <p>Per l'atractiu del recurs principal FC Barcelona per aquest segment i per la idoneïtat de les instal·lacions (aparcament, facilitat de control, possibilitat de tallers, etc). La creació de productes adaptats permet incorporar altres recursos propers (Maternitat, Campus Universitaris i Científics, etc.) també molt adequats per aquest segment.</p> <p>Fàcil accessibilitat.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Permet reduir l'estacionalitat entre setmana. Nivell de despesa molt baix. Poc dinamitzador econòmicament. Difusió i coneixement del propi país i dels valors de l'esport.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>

MATRIU POTENCIAL – INTERÈS NODE TURÍSTIC FC BARCELONA – MATERNITAT



PRODUCTES

		Qualificació	Potencial	Interès
1	Touring Urbà Organitzat	A Potenciar Selectivament	Excepcional	Mitjà
2	Touring Urbà Independent	Alta Prioritat	Excepcional	Alt
3	Reunions i Convencions	A Potenciar	Mitjà	Alt
4	Negoci / Professional	A Aprofitar	Baix	Alt
5	Turisme Cultural (sentit estricte)	Alta Prioritat	Alt	Alt
6	Esdeveniments Esportius	A Potenciar Selectivament	Excepcional	Mitjà
7	Esdeveniments Culturals	A Potenciar Selectivament	Alt	Mitjà
9	Creuers amb pernoctació	A Potenciar Selectivament	Alt	Mitjà
11	Turisme Mèdic	A Potenciar	Mitjà	Alt
14	Turisme Interès Especial	Alta Prioritat	Alt	Alt
15	Day Trip Organitzat	A Gestionar	Excepcional	Baix
16	Day Trip Independent	A Potenciar Selectivament	Excepcional	Mitjà
17	Residents a Catalunya	A Potenciar Selectivament	Alt	Mitjà
18	Escolars a Catalunya	A Potenciar Selectivament	Alt	Mitjà
20	Creuers sense pernoctació	A Gestionar	Mitjà	Baix
21	Barcelonins de lleure independent	A Potenciar Selectivament	Alt	Mitjà
23	Escolars barcelonins	A Potenciar Selectivament	Alt	Mitjà

NODE TURÍSTIC EIX COMERCIAL DIAGONAL (I Node complementari proper Nucli Antic de Les Corts)*

(*) Nota: Condicionat a la implementació del Pla Especial carrer Europa – carrer Anglesola

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN				
1	Touring Urbà Organitzat	Mitjà Gran i variada concentració d'oferta comercial amb un entorn idoni (Avinguda Diagonal). Element important de la Barcelona Shopping Line. Forta competència d'altres zones més consolidades per al Touring Organitzat (Pl. Catalunya). Dificultat aparcament d'autocars.	Mitjà Els fluxos de turisme organitzat (grups) poden generar inconvenients i algunes incompatibilitats respecte a altres tipus de turisme o als residents (autocars). Dificultat que s'estenguin pel Nucli Antic. Per tant el seu grau d'interès en aquest cas és mitjà.	<i>A Potenciar Selectivament</i>
2	T. Urbà Independent	Alt Gran i variada concentració d'oferta comercial amb un entorn idoni (Avinguda Diagonal) i molt ben comunicat. Element important de la "Barcelona Shopping Line".	Alt Genera molta despesa i dinamisme a la zona. Possibilitat d'actuar com a "driver" del Nucli Antic per la seva proximitat.	<i>Alta Prioritat</i>
3	Reunions i Convencions	Alt Existència d'auditoris i hotels d'alt - standing orientat a aquest mercat i de generadors de demanda (seus corporatives).	Alt És un producte d'alt interès per l'elevat nivell de despesa que comporta, baixa estacionalitat i per la bona imatge i prestigi que genera.	<i>Alta Prioritat</i>
4	Negoci i Professional	Alt Concentració d'hotels d'alt - standing orientat a aquest mercat i de seus corporatives. Bones comunicacions i oferta complementaria.	Alt És un tipus de turisme d'alt nivell de despesa, sol ser repetitiu i poc estacional i complementa el mix d'ocupació hotelera ja que funciona en sentit invers del vacacional. Pot dinamitzar el Nucli Antic.	<i>Alta Prioritat</i>
5	Turisme Cultural en sentit estricte	Baix No disposa de recursos culturals i patrimonials singulars (respecte a d'altres barris de Barcelona).	Alt Malgrat ser minoritari i poc dinamitzador econòmicament, ajudarà a posicionar i a donar notorietat al barri com a destí turístic.	<i>A Aprofitar</i>
6	Esdev. Esportius	Irrellevant	Irrellevant	
7	Esdev. Culturals	Irrellevant	Irrellevant	
8	Gastronòmic	Mitjà Al voltant d'aquest Eix Comercial s'ha consolidat una oferta de restauració variada amb alguns establiments de nivell mig – alt. Està molt orientada a donar servei al mercat local i de negocis.	Alt Encara que minoritari, genera una alta despesa i contribueix a posicionar positivament la zona.	<i>A Potenciar</i>
9	Creuers amb pernoctació	Mitjà La proximitat d'hotels d'alt standing i l'oferta de shopping.	Alt Una part dels creueristes poden fer visites independents i amb més temps de visita i de despesa a la zona i poden estendre els beneficis al Nucli Antic.	<i>A Potenciar Selectivament</i>
10	Shopping	Alt És el recurs "estrella" del node i per tant amb gran potencialitat d'atreure aquest segment, si bé està en una posició més excèntrica que el Passeig de Gràcia. La millora de la Diagonal (central) contribuirà a la seva potenciació.	Alt Gran dinamitzador econòmic i d'ocupació. Millora l'atractivitat general del barri (animació) i possibilitat d'estendre els seus efectes dinamitzador a altres zones properes: Nucli Antic i Eix Comercial Sants- Les Corts.	<i>Alta Prioritat</i>

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN (Cont.)				
11	Turisme Mèdic	Mitjà Per la ubicació propera de centres mèdics privats d'alt nivell i prestigi i per l'abundància d'oferta hotelera.	Alt Les característiques dels centres mèdics propers, fan que la tipologia del turisme mèdic a la zona sigui, en termes quantitius, de caràcter minoritari, però d'alt nivell econòmic, i per tant, amb un nivell de despesa major i amb estades llargues. A més, genera prestigi a la zona.	<i>A Potenciar</i>
12	T. Científc-Universitari	Irrellevant	Irrellevant	
13	T. Ed. – Universitari	Irrellevant	Irrellevant	
14	T. Interès Especial	Mitjà La zona té atractiu per a alguns grups d'interès especial (per ex. arquitectura).	Alt Encara que el seu impacte econòmic és baix per ser molt minoritari, és d'interès per la qualificació dels prescriptors i ajudarà a consolidar i difondre la imatge del Districte.	<i>A Potenciar Selectivament</i>
EXCURSIONISTES A BCN				
15	Day Trip Organitzat	Baix Gran i variada concentració d'oferta comercial amb un entorn idoni (Avinguda Diagonal). Element important de la Barcelona Shopping Line. Forta competència d'altres zones més consolidades per al Touring Organitzat (Pl. Catalunya). Dificultat aparcament d'autocars. Escassa disponibilitat de temps.	Mitjà Els fluxos de turisme organitzat (grups) poden generar inconvenients i algunes incompatibilitats respecte a altres tipus de turisme o als residents (autocars). Dificultat que s'estenguin pel Nucli Antic per manca de temps. Per tant el seu grau d'interès en aquest cas és mitjà.	<i>A Aprofitar</i>
16	Day Trip Independent	Alt La potent i variada oferta de shopping. La seva ubicació sobre la Diagonal i sobre rutes turístiques i la bona accessibilitat (viària i en metro).	Alt Genera molta despesa i dinamisme a la zona. Possibilitat d'actuar com a "driver" del Nucli Antic per la seva proximitat.	<i>Alta Prioritat</i>
17	Residents a Catalunya	Alt La potent i variada oferta de shopping. La seva ubicació sobre la principal "porta d'entrada" de Barcelona i bona accessibilitat viària i d'aparcament.	Alt Gran dinamitzador econòmic i d'ocupació. Millora l'atractivitat general del barri (animació) i possibilitat d'estendre els seus efectes dinamitzador a altres zones properes: Nucli Antic i Eix Comercial Sants- Les Corts.	<i>Alta Prioritat</i>
18	Escolars a Catalunya	Irrellevant	Irrellevant	
19	Shopping	Alt La potent i variada oferta de shopping. La seva ubicació sobre la Diagonal i sobre rutes turístiques i la bona accessibilitat (viària i en metro).	Alt Gran dinamitzador econòmic i d'ocupació. Millora l'atractivitat general del barri (animació) i possibilitat d'estendre els seus efectes dinamitzador a altres zones properes: Nucli Antic i Eix Comercial Sants- Les Corts.	<i>Alta Prioritat</i>
20	Creuers sense pernoctació	Baix Malgrat la seva bona oferta de shopping està en una posició desfavorable per situar-se com a destinació dels tours dels creueristes amb moltes limitacions de temps disponible.	Baix Visita molt curta i en molt casos sense parar. Dificilment visitaran els recursos de l'entorn. Aporta pocs beneficis al Districte.	<i>Baixa Prioritat</i>

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
BARCELONINS				
21	Lleure independent	<p>Baix</p> <p>Al marge de les activitats de shopping, la seva capacitat d'atracció com a zona per al lleure dels barcelonins residents fora del Districte, és baixa.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Gairebé no genera inconvenients i malgrat les seves limitacions, pot ser un mitjà per dinamitzar Nucli Antic de Les Corts, com a zona visitable per lleure.</p>	<i>A Aprofitar</i>
22	Shopping	<p>Alt</p> <p>La potent i variada oferta de shopping. La seva ubicació sobre la principal "porta d'entrada" de Barcelona i bona accessibilitat en transport públic i facilitat d'aparcament.</p>	<p>Alt</p> <p>Gran dinamitzador econòmic i d'ocupació. Millora l'atractivitat general del barri (animació) i possibilitat d'estendre els seus efectes dinamitzador a altres zones properes: Nucli Antic i Eix Comercial Sants- Les Corts.</p>	<i>Alta Prioritat</i>
23	Escolar	Irrellevant	Irrellevant	

MATRIU POTENCIAL – INTERÈS DEL NODE EIX COMERCIAL DE LA DIAGONAL



PRODUCTES

		Qualificació	Potencial	Interès
1	Touring Urbà Organitzat	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Mitjà
2	Touring Urbà Independent	Alta Prioritat	Alt	Alt
3	Reunions i Convencions	Alta Prioritat	Alt	Alt
4	Negoci / Professional	Alta Prioritat	Alt	Alt
5	Turisme Cultural (sentit estricte)	A Aprofitar	Baix	Alt
8	Turisme Gastronòmic	A Potenciar	Mitjà	Alt
9	Creuers amb pernoctació	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Alt
11	Turisme Mèdic	A Potenciar	Mitjà	Alt
10	Shopping (Turistes allotjats a Barcelona)	Alta Prioritat	Alt	Alt
14	Turisme Interès Especial	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Alt
15	Day Trip Organitzat	A Aprofitar	Baix	Mitjà
16	Day Trip Independent	Alta Prioritat	Alt	Alt
17	Residents a Catalunya	Alta Prioritat	Alt	Alt
19	Shopping (Excursionistes a Barcelona)	Alta Prioritat	Alt	Alt
20	Creuers sense pernoctació	Baixa Prioritat	Baix	Baix
21	Barcelonins de lleure independent	A Aprofitar	Baix	Mitjà
22	Shopping barcelonins	Alta Prioritat	Alt	Alt

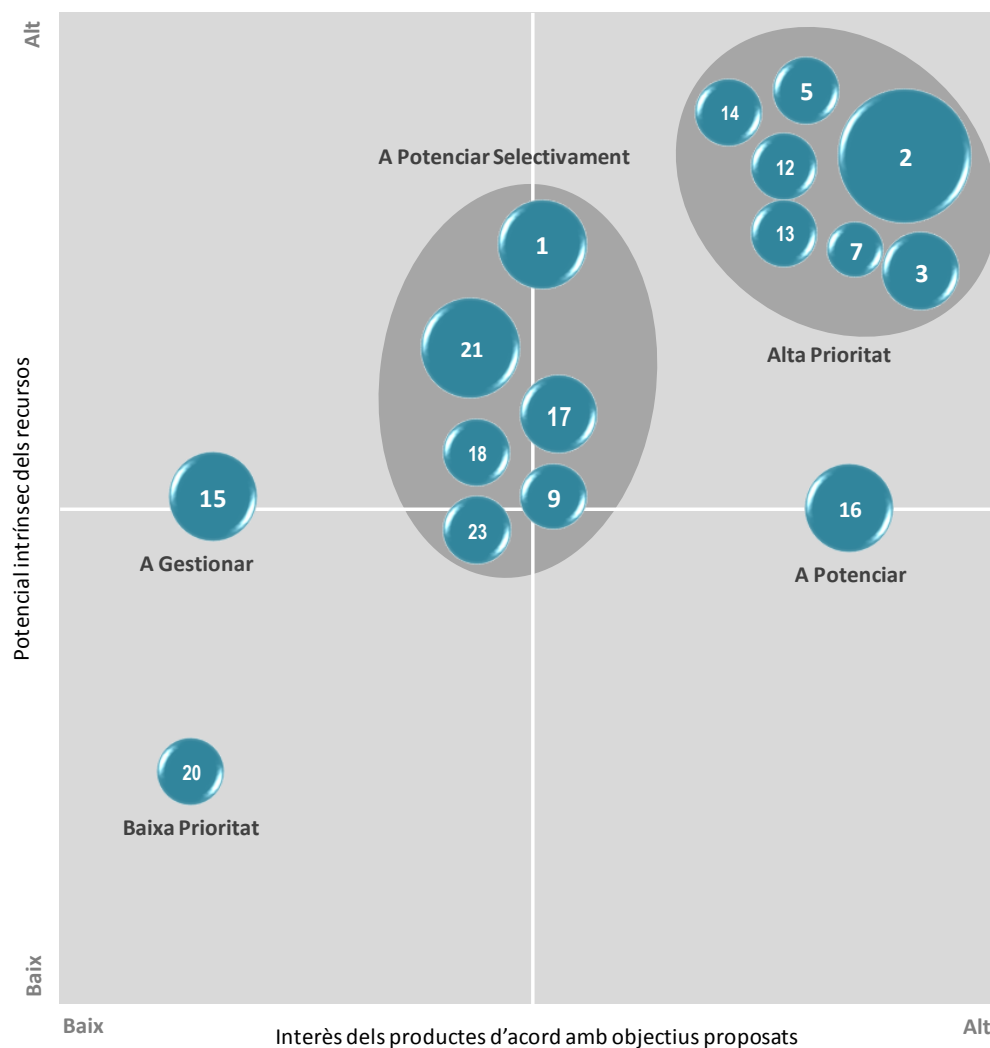
NODE TURÍSTIC PALAU REIAL (1 nodes complementaris propers: Campus Sud i Campus Nord)

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN				
1	Touring Urbà Organitzat	<p>Alt</p> <p>El seu potencial ve derivat tant pels seus recursos propis (Palau Reial, jardins, finca Güell, museus, etc.) com per la posició central respecte a d'altres nodes (Campus Universitaris, Palau de Congressos) i sobretot per ser una de les portes d'entrada més importants (via metro) per accedir al node FC Barcelona- Maternitat.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Els fluxos de turisme organitzat (grups) poden generar inconvenients i algunes incompatibilitats respecte a d'altres tipus de turisme o a les activitats de la zona (activitats institucional i universitària). Per tant el seu grau d'interès en aquest cas és mitjà.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
2	T. Urbà Independent	<p>Alt</p> <p>El seu potencial ve derivat tant pels seus recursos propis (Palau Reial, jardins, finca Güell, museus, etc.) com per la posició central respecte a d'altres nodes (Campus Universitaris, Palau de Congressos) i sobretot per ser una de les portes d'entrada més importants (via metro) per accedir al node FC Barcelona- Maternitat.</p>	<p>Alt</p> <p>Els fluxos de turistes independents generen menys inconvenients, la despesa mitjana sol ser superior i són més propensos a visitar altres zones del Districte o barri deixant-hi els beneficis corresponents.</p>	<i>Alta Prioritat</i>
3	Reunions i Convencions	<p>Alt</p> <p>El propi Palau i jardins és un equipament molt idoni. La seva proximitat als Campus Universitaris i hotels d'alt standing, reforça aquesta potencialitat.</p>	<p>Alt</p> <p>És un producte d'alt interès per l'elevat nivell de despesa que comporta, baixa estacionalitat i per la bona imatge i prestigi que genera.</p>	<i>Alta Prioritat</i>
4	Negoci i Professional	Irrellevant	Irrellevant	
5	Turisme Cultural en sentit estricte	<p>Alt</p> <p>El valor patrimonial del Palau, jardins i museus, més els recursos propers vinculats (Finca Güell, Torre Girona, arquitectura moderna, etc.).</p>	<p>Alt</p> <p>Tot i ser minoritari, i per tant d'impacte econòmic limitat, és molt respectuós amb la conservació del recurs i ajudarà a posicionar i a donar notorietat a la zona com a destí turístic.</p>	<i>Alta Prioritat</i>
6	Esdeveniments esportius	Irrellevant	Irrellevant	
7	Esdeveniments culturals	<p>Alt</p> <p>El Palau i sobretot els seus jardins, és un marc idoni per a esdeveniments culturals. Els recursos vinculats també són idonis. Té bona accessibilitat i no genera incompatibilitats amb els residents.</p>	<p>Alt</p> <p>És molt beneficiós per a la notorietat i la imatge del recurs i per al seu aprofitament, malgrat alguns inconvenients derivats de la irregularitat dels fluxos: puntes i valls molt acusades.</p>	<i>Alta Prioritat</i>
8	Gastronòmic	Irrellevant	Irrellevant	
9	Creuers amb pernactació	<p>Mitjà</p> <p>Els creueristes, encara que pernoctin, a causa de les limitacions de temps i de les característiques del recurs (no és un "highlight"), ocupa una posició secundària en la llista de preferències de visita per a aquest segment de mercat.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Una part de les visites dels creueristes són visites organitzades molt ràpides i per tant, amb poc impacte econòmic al Districte. Però una altra part dels creueristes fan visites independents i amb més temps de visita i de despesa al Districte.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
10	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN (Cont.)				
11	Turisme Mèdic	Irrellevant	Irrellevant	
12	T. Científic-Universitari	Alt Pels dos grans Campus Universitaris i Parc Científic que formen part d'aquest node.	Alt Poc estacional. Fidelitzable. Pocs inconvenients i genera prestigi i imatge.	<i>Alta Prioritat</i>
13	T. Educatiu-Universitari	Alt Pels dos grans Campus Universitaris i Parc Científic que formen part d'aquest node. Existència d'allotjaments idonis propers (residències, apartaments especialitzats, etc.).	Alt Poc estacional. Fidelitzable. Pocs inconvenients i genera prestigi i imatge.	<i>Alta Prioritat</i>
14	T. Interès Especial	Alt Per la gran varietat de temes a oferir als grups temàtics d'interès: arquitectura, jardineria, ciència, tecnologia, educació, botànica, arts decoratives, etc.	Alt Encara que el seu impacte econòmic és baix per ser molt minoritari, és d'interès per la qualificació dels prescriptors i ajudarà a consolidar i difondre la imatge del Districte.	<i>Alta Prioritat</i>
EXCURSIONISTES A BCN				
15	Day Trip Organitzat	Mitjà A causa de la limitació de temps i per no ser un "highlight", ocupa una posició secundària en les preferències d'aquest segment. Està afavorit indirectament per la seva bona accessibilitat i proximitat al Camp del Barça.	Baix Poden generar problemes de sobrecàrrega (grups, autocars, etc.), congestió i incompatibilitats, i en tot cas, degut a que la seva visita ha de ser molt curta i no hi ha serveis de restauració i comerç propers, l'aportació de al Districte seria molt baixa.	<i>A Gestionar</i>
16	Day Trip Independent	Mitjà A causa de la limitació de temps i de no ser un "highlight", ocupa una posició secundària en les preferències d'aquest segment. Està afavorit indirectament per la seva bona accessibilitat i proximitat al Camp del Barça.	Alt Visita curta però sense els problemes de sobrecàrrega i incompatibilitats dels grups. Encara que la possibilitat de despesa és limitada (manca d'oferta complementària propera), ajudarà a consolidar el seu paper de node turístic i a articular i posicionar turísticament el Districte.	<i>A Potenciar</i>
17	Residents a Catalunya	Mitjà Recurs singular idoni per a famílies. La seva ubicació sobre la principal "porta d'entrada" de Barcelona i bona accessibilitat viària i facilitat d'aparcament als dies festius.	Mitjà La possibilitat de despesa és limitada per les característiques del mercat i per la manca d'oferta complementària propera.	<i>A Potenciar Selectivament</i>
18	Escolars a Catalunya	Mitjà Singularitat i capacitat didàctica del recurs (història, botànica, jardineria, etc.). En estar situat en mig dels Campus Universitaris, reforça el seu interès divulgatiu per aquest segment. Limitat perquè no disposa d'instal·lacions didàctiques ni instal·lacions per acollir aquest tipus de grup.	Mitjà Ajuda a difondre el patrimoni i cultura del país. Genera molt poc impacte econòmic. Pot generar alguns problemes d'incompatibilitats propis dels grups.	<i>A Potenciar Selectivament</i>
19	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
EXCURSIONISTES A BCN (Cont.)				
20	Creuers sense pernoctació	<p>Baix</p> <p>No és un "highlight" de visita obligada, i per tant està en una posició desfavorable per a situar-se com a destinació dels tours dels creueristes amb moltes limitacions de temps disponible.</p>	<p>Baix</p> <p>Visita molt curta i en molt casos sense parar i la manca d'oferta complementària pròxima fan que la seva aportació de beneficis al Districte sigui mínima. Addicionalment la gran concentració de grups i autocars pot generar inconvenients i incompatibilitats.</p>	<i>Baixa Prioritat</i>
BARCELONINS				
21	Lleure independent	<p>Alt</p> <p>Recurs idoni per al lleure familiar i fàcilment accessible tant per transport públic com per automòbil i facilitat d'aparcament en dies festius.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Proporciona oferta de lleure cultural i ajuda a divulgar la cultura i el patrimoni entre els residents a la ciutat.</p> <p>Perill de sobrecàrrega als caps de setmana.</p> <p>Despesa molt limitada.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
22	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	
23	Escolar	<p>Mitjà</p> <p>Singularitat i capacitat didàctica del recurs (història, botànica, jardineria, etc.). En estar situat en mig dels Campus Universitaris, reforça el seu interès divulgatiu per aquest segment. Limitat perquè no disposa d'instal·lacions didàctiques ni instal·lacions per acollir aquest tipus de grup.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Ajuda a difondre el patrimoni i cultura del país.</p> <p>Genera molt poc impacte econòmic.</p> <p>Pot generar alguns problemes d'incompatibilitats propis dels grups.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>

MATRIU POTENCIAL – INTERÈS NODE TURÍSTIC PALAU REIAL



PRODUCTES

		Qualificació	Potencial	Interès
1	Touring Urbà Organitzat	A Potenciar Selectivament	Alt	Mitjà
2	Touring Urbà Independent	Alta Prioritat	Alt	Alt
3	Reunions i Convencions	Alta Prioritat	Alt	Alt
5	Turisme Cultural (sentit estricte)	Alta Prioritat	Alt	Alt
7	Esdeveniments Culturals	Alta Prioritat	Alt	Alt
9	Creuers amb pernoctació	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Mitjà
12	Turisme Científic – Universitari	Alta Prioritat	Alt	Alt
13	Turisme Educatiu – Universitari	Alta Prioritat	Alt	Alt
14	Turisme Interès Especial	Alta Prioritat	Alt	Alt
15	Day Trip Organitzat	A Gestionar	Mitjà	Baix
16	Day Trip Independent	A Potenciar	Mitjà	Alt
17	Residents a Catalunya	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Mitjà
18	Escolars a Catalunya	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Mitjà
20	Creuers sense pernoctació	Baixa Prioritat	Baix	Baix
21	Barcelonins de lleure independent	A Potenciar Selectivament	Alt	Mitjà
23	Escolars barcelonins	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Mitjà

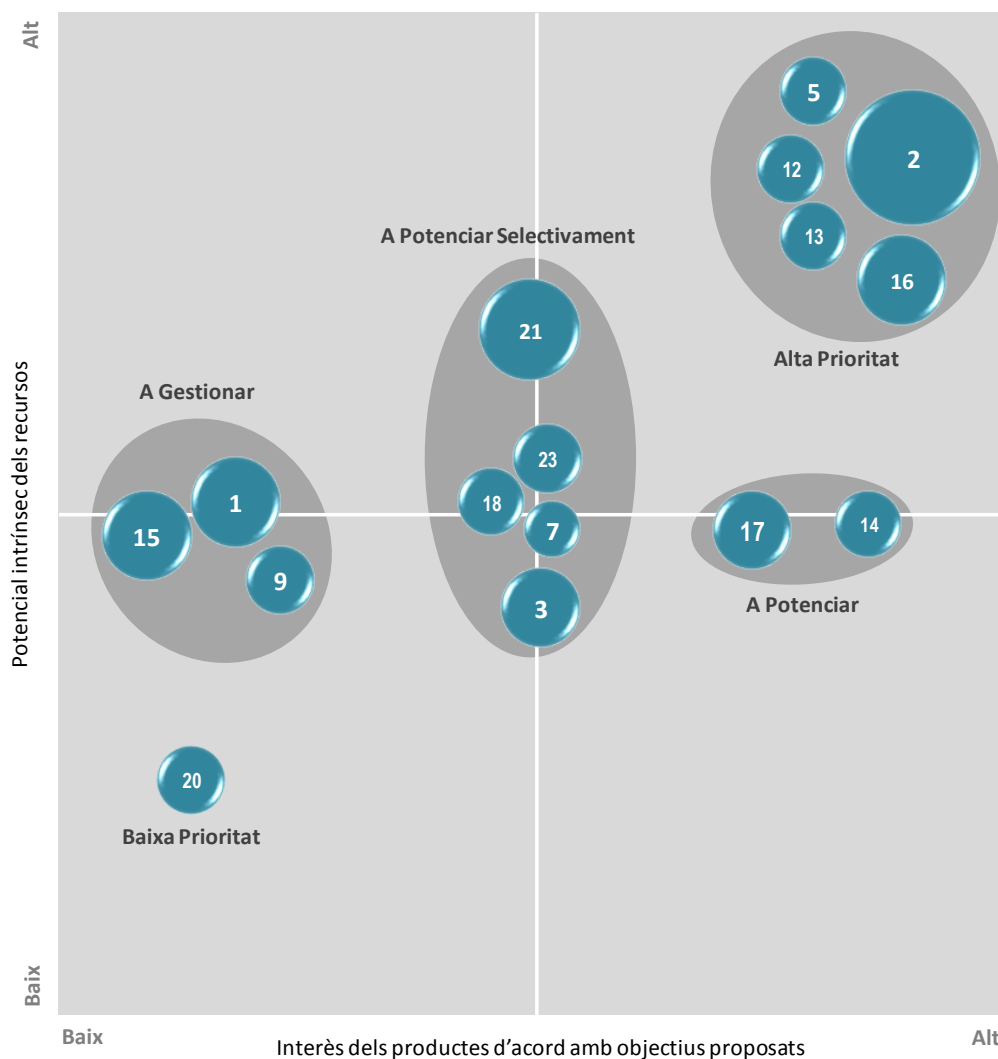
NODE TURÍSTIC MONESTIR DE PEDRALBES

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN				
1	Touring Urbà Organitzat	Mitjà Recurs d'interès cultural, però no és un "highlight" ni un recurs massa idoni per la visita de grans grups.	Baix Per les característiques i capacitat del recurs, els fluxos de turisme organitzat (grups) poden generar inconvenients i incompatibilitats respecte a D'altres tipus de turisme (cultural, religiós) i desvirtuar el caràcter i ambient del recinte.	<i>A Gestionar</i>
2	T. Urbà Independent	Alt Per la seva singularitat i característiques és molt idoni per al turisme urbà - cultural. En disposar de parada de bus turístic reforça el seu potencial.	Alt Els fluxos de turistes independents generen menys inconvenients, la despesa mitjana sol ser superior i són més propensos a visitar altres zones del Districte o barris propers amb els beneficis corresponents.	<i>Alta Prioritat</i>
3	Reunions i Convencions	Mitjà Per la seva singularitat és un recurs complementari per als assistents i acompanyants del turisme de reunions i convencions.	Mitjà En aquest cas, l'interès d'aquest mercat ve limitat pels condicionants de la limitada capacitat del recurs per atendre grups i per la dificultat de generar despesa al barri o zona, malgrat l'interès que aquest segment comporta en termes generals.	<i>A Potenciar Selectivament</i>
4	Negoci i Professional	Irrellevant	Irrellevant	
5	Turisme Cultural en sentit estricte	Alt El bon grau de preservació del Recinte i el seu gran valor patrimonial i històric, justifiquen aquesta alta potencialitat per aquest segment.	Alt Tot i ser minoritari i per tant d'impacte econòmic limitat, és molt respectuós amb la conservació del recurs i ajudarà a posicionar i a donar notorietat al barri com a destí turístic.	<i>Alta Prioritat</i>
6	Esdeveniments esportius	Irrellevant	Irrellevant	
7	Esdeveniments culturals	Mitjà L'Església, Claustre i Plaça són idonis per a determinats esdeveniments culturals, però de característiques i capacitat molt acotades.	Mitjà És beneficiós per a la divulgació del recurs i per al seu aprofitament, si bé està condicionat pel tipus d'esdeveniment i pels problemes de capacitat, conservació i incompatibilitats amb altres usos (religiosos, etc.) que poden generar.	<i>A Potenciar Selectivament</i>
8	Gastronòmic	Irrellevant	Irrellevant	
9	Creuers amb pernoctació	Mitjà Els creueristes encara que pernactin, a causa de les limitacions de temps i a les característiques del recurs (no és un "highlight") ocupa una posició secundària en la llista de preferències de visita per a aquest segment de mercat.	Baix Les característiques de les visites típiques dels creueristes en grup i molt ràpides, són de poc interès per aquest recurs, degut als inconvenients de sobrecàrrega que poden generar i a l'escàs benefici econòmic que aportarien a la zona.	<i>A Gestionar</i>
10	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	
11	Turisme Mèdic	Irrellevant	Irrellevant	

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN (Cont.)				
12	T. Científico-Universitari	Alt Per la ubicació al node, dels Campus de dues prestigioses Escoles de Negocis (ESADE i IESE) i per la proximitat dels grans Campus Universitaris de la UB i la UPC, reforçat per l'entorn urbanístic d'alta qualitat del barri.	Alt Poc estacional. Fidelitzable. Pocs inconvenients i genera prestigi i imatge.	Alta Prioritat
13	T. Educatiu-Universitari	Alt Per la ubicació al node, dels Campus de dues prestigioses Escoles de Negocis (ESADE i IESE) i per la proximitat dels grans Campus Universitaris de la UB i la UPC, reforçat per l'entorn urbanístic d'alta qualitat del barri.	Alt Poc estacional. Fidelitzable. Pocs inconvenients i genera prestigi i imatge.	Alta Prioritat
14	T. Interès Especial	Mitjà Té potencial per atreure segments de turisme d'interès especial, com pot ser el turisme religiós.	Alt Encara que el seu impacte econòmic és baix per ser minoritari i per la manca d'oferta complementària propera, és d'interès per potenciar i mantenir "vius" els usos i el caràcter dels recursos principals.	A Potenciar
EXCURSIONISTES A BCN				
15	Day Trip Organitzat	Mitjà Recurs d'interès cultural però no és un "highlight" ni un recurs massa idoni per la visita de grans grups.	Baix Per les característiques i capacitat del recurs, els fluxos de turisme organitzat (grups) poden generar inconvenients i incompatibilitats respecte a d'altres tipus de turisme (cultural, religiós) i desvirtuar el caràcter i ambient del recinte.	A Gestionar
16	Day Trip Independent	Alt Per la seva singularitat i característiques és molt idoni per al turisme urbà- cultural. En disposar de parada de bus turístic reforça el seu potencial, encara que està limitat per la seva distància a les estacions de metro i FGC.	Alt Els fluxos de turistes independents generen menys inconvenients, la despesa mitjana sol ser superior i són més propensos a visitar altres zones del Districte o barris propers amb els conseqüents beneficis.	Alta Prioritat
17	Residents a Catalunya	Mitjà Malgrat el seu gran valor cultural i simbòlic, no és un recurs pel públic massiu ni familiar i limita el seu potencial per aquest mercat.	Alt La possibilitat de despesa és limitada per les característiques del mercat i per la manca d'oferta complementària propera. El seu interès deriva de la importància que té per la divulgació i coneixement entre el públic català d'una de les "joies" patrimonials i històriques dels països.	A Potenciar
18	Escolars a Catalunya	Mitjà Malgrat el seu gran valor històric, cultural i simbòlic, les seves instal·lacions no estan preparades per rebre grups escolars, lo qual restringeix la seva potencialitat per aquest mercat.	Mitjà Ajuda a difondre el patrimoni i cultura del país. Genera molt poc impacte econòmic. Pot generar alguns problemes d'incompatibilitats propis dels grups.	A Potenciar Selectivament
12	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
EXCURSIONISTES A BCN				
20	Creuers sense pernoctació	<p>Baix</p> <p>No és un "highlight" de visita obligada, i per tant està en una posició desfavorable per situar-se com a destinació dels tours dels creueristes amb moltes limitacions de temps disponible.</p>	<p>Baix</p> <p>Visita molt curta i en molt casos sense parar i la manca d'oferta complementària pròxima fan que la seva aportació de beneficis al Districte, sigui mínima. Per les característiques i capacitat del recurs, els grans grups de creueristes generarien inconvenients i incompatibilitats respecte a d'altres tipus de turisme (cultural, religiós) i desvirtuar el caràcter i ambient del recinte.</p>	<i>Baixa Prioritat</i>
BARCELONINS				
18	Lleure independent	<p>Alt</p> <p>Serà un recurs de visita obligada com a mínim un cop a la vida entre els barcelonins (amb un mínim d'interès cultural) pel valor cultural i la càrrega històrica del Recinte.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Proporciona oferta de lleure cultural i ajuda a divulgar la cultura i el patrimoni entre els residents a la ciutat.</p> <p>Perill de sobrecàrrega als caps de setmana.</p> <p>Despesa molt limitada.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>
	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	
19	Escolar	<p>Mitjà</p> <p>Malgrat el seu gran valor històric, cultural i simbòlic, les seves instal·lacions no estan preparades per rebre grups escolars, fet que restringeix la seva potencialitat per aquest mercat.</p>	<p>Mitjà</p> <p>Ajuda a difondre el patrimoni i cultura del país.</p> <p>Genera molt poc impacte econòmic.</p> <p>Pot generar alguns problemes d'incompatibilitats propis dels grups.</p>	<i>A Potenciar Selectivament</i>

MATRIU POTENCIAL – INTERÈS NODE MONESTIR DE PEDRALBES



PRODUCTES

		Qualificació	Potencial	Interès
1	Touring Urbà Organitzat	A Gestionar	Mitjà	Baix
2	Touring Urbà Independent	Alta Prioritat	Alt	Alt
3	Reunions i Convencions	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Mitjà
5	Turisme Cultural (sentit estricte)	Alta Prioritat	Alt	Alt
7	Esdeveniments Culturals	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Mitjà
9	Creuers amb pernoctació	A Gestionar	Mitjà	Baix
12	Turisme Científic – Universitari	Alta Prioritat	Alt	Alt
13	Turisme Educatiu – Universitari	Alta Prioritat	Alt	Alt
14	Turisme Interès Especial	A Potenciar	Mitjà	Alt
15	Day Trip Organitzat	A Gestionar	Mitjà	Baix
16	Day Trip Independent	Alta Prioritat	Alt	Alt
17	Residents a Catalunya	A Potenciar	Mitjà	Alt
18	Escolars a Catalunya	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Mitjà
20	Creuers sense pernoctació	Baixa Prioritat	Baix	Baix
21	Barcelonins de lleure independent	A Potenciar Selectivament	Alt	Mitjà
23	Escolars barcelonins	A Potenciar Selectivament	Mitjà	Mitjà

NODE TURÍSTIC NUCLI ANTIC DE LES CORTS *

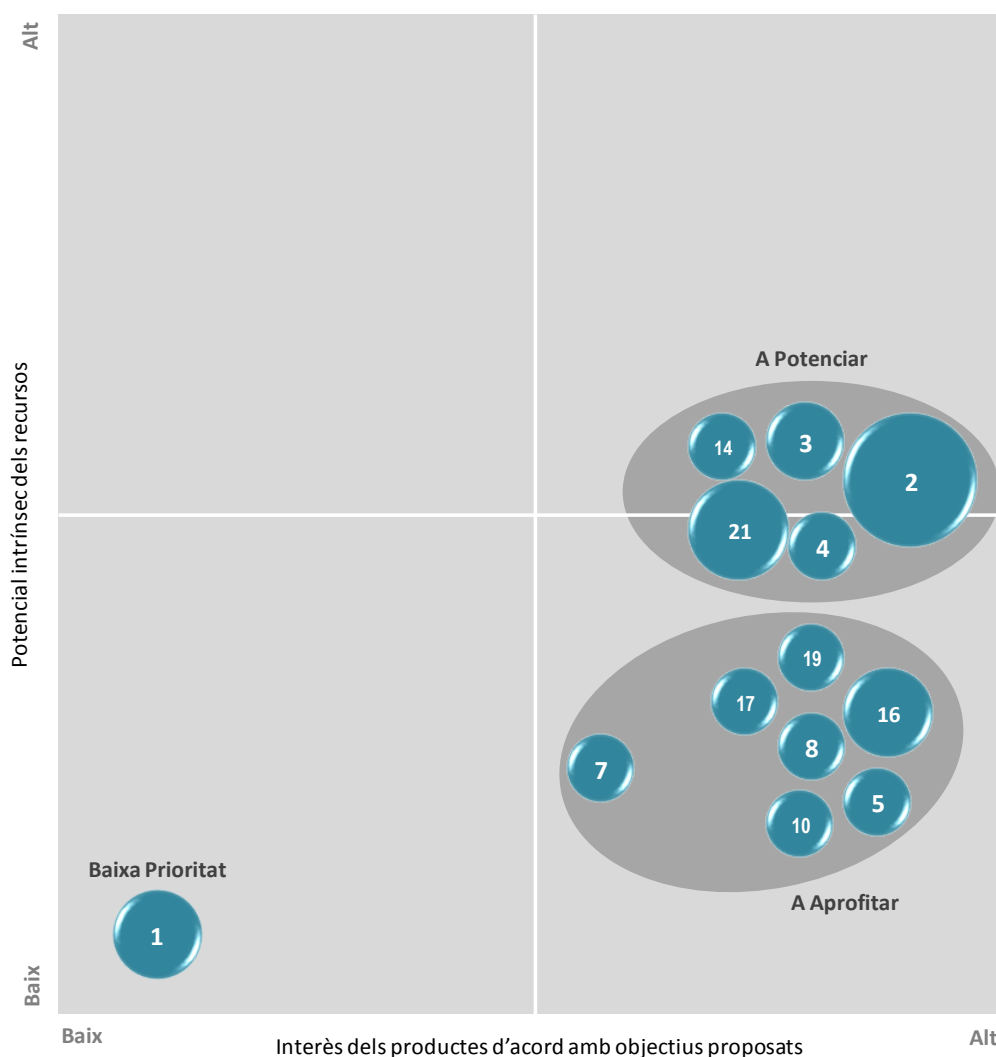
(*) Condicionat a la realització de les millores urbanístiques de connexió amb l'Eix de la Diagonal (Pla Especial c/Europa- c/ Anglesola)

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN				
1	Touring Urbà Organitzat	Molt Baix No posseeix icones turístiques i és de difícil accessibilitat i aparcament amb autocar.	Baix Problemes de sobrecàrrega en una trama urbana limitada i en uns recursos fràgils. Escassa aportació de despesa.	<i>Baixa Prioritat</i>
2	T. Urbà Independent	Mitjà El Nucli Antic, alguns elements singulars, l'oferta de restauració i la bona accessibilitat en metro i sobretot la proximitat a l'Eix Comercial de la Diagonal, poden atreure alguns segments del turisme urbà independent.	Alt Gairebé no genera inconvenients i malgrat les seves limitacions, poden dinamitzar els establiments de restauració i alguns comerços i començar a posicionar el Nucli Antic com espai turístic i comercial.	<i>A Potenciar</i>
3	Reunions i Convencions	Mitjà La seva proximitat als equipaments i hotels de negoci i convencions, fa que tingui un cert potencial (limitat) com a oferta complementària.	Alt La captació de part d'aquests fluxos amb un alt nivell de despesa, és de molt interès per a la dinamització dels establiments comercials i de restauració del Nucli Antic.	<i>A Potenciar</i>
4	Negoci i Professional	Mitjà La seva proximitat als hotels i centres de negoci de l'Eix de la Diagonal, fa que tingui un cert potencial (limitat) com a oferta complementària.	Alt La captació de part d'aquests fluxos amb un alt nivell de despesa, és de molt interès per a la dinamització dels establiments comercials i de restauració del Nucli Antic.	<i>A Potenciar</i>
5	Turisme Cultural en sentit estricte	Baix La manca d'elements singulars d'alt interès (respecte a d'altres nuclis antics de Barcelona) fa que el seu potencial sigui baix en termes relatius, per aquest segment de mercat.	Alt Malgrat ser molt minoritari i per tant poc dinamitzador econòmicament, ajudarà a posicionar i a donar notorietat a Horta com a destí turístic.	<i>A Aprofitar</i>
6	Esdeveniments esportius	Irrellevant	Irrellevant	
7	Esdeveniments culturals	Baix Les característiques dels equipaments i activitat cultural del Nucli Antic de Les Corts, acoten la seva projecció a l'àmbit local, amb escassa projecció turística.	Mitjà Els seus efectes són limitats i podrien generar alguns inconvenients per la irregularitat dels fluxos: puntes i valls molt acusades. És molt beneficiós per a la notorietat i la imatge.	<i>A Aprofitar</i>
8	Gastronòmic	Baix L'oferta de restauració del Nucli Antic és limitada i no disposa d'establiments reconeguts dintre del que s'anomena Turisme Gastronòmic.	Alt Encara que minoritari, generaria una alta despesa i contribuiria a posicionar positivament la zona.	<i>A Aprofitar</i>
9	Creuers amb pernoctació	Irrellevant	Irrellevant	

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
TURISTES ALLOTJATS A BCN (Cont.)				
10	Shopping	Baix L'oferta comercial és molt limitada, de caràcter local i de proximitat, i gairebé irrellevant per al turisme de shopping. A futur, amb la millora de la connectivitat amb l'Eix Comercial de la Diagonal, la situació podria millorar.	Alt Gran dinamitzador econòmic i d'ocupació. Millora l'atractivitat general del barri (animació) i possibilitat d'estendre els seus efectes dinamitzador a altres zones properes: Eix Comercial Sants - Les Corts.	A Aprofitar
11	Turisme Mèdic	Irrellevant	Irrellevant	
12	T. Científcu-Universitari	Irrellevant	Irrellevant	
13	T. Educatiu-Universitari	Irrellevant	Irrellevant	
14	T. Interès Especial	Mitjà La proximitat d'alguns establiments singulars (Roca Gallery, Harley Davidson) genera l'atracció de fluxos de visitants que vénen motivats per temes molt específics.	Alt En aquest cas, malgrat ser minoritaris, l'interès per al barri és molt alt, ja que el seu nivell de despesa i hàbits de consum és elevat i són prescriptors amb gran poder "viral", i per tant ajuden difondre i a posicionar turísticament el l barri.	A Potenciar
EXCURSIONISTES A BCN				
15	Day Trip Organitzat	Irrellevant	Irrellevant	
16	Day Trip Independent	Baix El Nucli Antic, la proximitat a l'Eix Comercial de la Diagonal i la millora de la connectivitat, obren algunes possibilitats per atreure (de forma limitada) aquest tipus de visitants.	Alt Gairebé no genera inconvenients i malgrat les seves limitacions, poden dinamitzar els establiments de restauració i alguns comerços i començar a posicionar el Nucli Antic com a espai turístic i comercial.	A Aprofitar
17	Residents a Catalunya	Baix El Nucli Antic, la proximitat a l'Eix Comercial de la Diagonal i la millora de la connectivitat obren, algunes possibilitats per atreure (de forma limitada) aquest tipus de visitants.	Alt Gairebé no genera inconvenients i malgrat les seves limitacions, poden dinamitzar els establiments de restauració i alguns comerços i començar a posicionar el Nucli Antic com a espai turístic i comercial.	A Aprofitar
18	Escolars a Catalunya	Irrellevant	Irrellevant	
19	Shopping	Baix L'oferta comercial és molt limitada i de caràcter local i proximitat i gairebé irrellevant per al turisme de shopping. A futur, amb la millora de la connectivitat amb l'Eix Comercial de la Diagonal, la situació podria millorar.	Alt Gran dinamitzador econòmic i d'ocupació. Millora l'atractivitat general del barri (animació) i possibilitat d'estendre els seus efectes dinamitzador a altres zones properes: Eix Comercial Sants- Les Corts.	A Aprofitar
20	Creuers sense pernoctació	Irrellevant	Irrellevant	

Nº	PRODUCTE -MERCAT	POTENCIAL	INTERÈS	QUALIFICACIÓ
BARCELONINS				
21	Lleure independent	Mitjà El Nucli Antic, alguns elements singulars i l'oferta de restauració i la bona accessibilitat en transport públic i automòbil, poden atreure visites de la resta de barcelonins.	Alt Gairebé no genera inconvenients i malgrat la seves limitacions, poden dinamitzar els establiments de restauració i alguns comerços i començar a posicionar el Nucli Antic com a zona visitable per lleure.	<i>A Potenciar</i>
22	Shopping	Irrellevant	Irrellevant	
23	Escolar	Irrellevant	Irrellevant	

MATRIU POTENCIAL – INTERÈS NODE TURÍSTIC NUCLI ANTIC DE LES CORTS



PRODUCTES

		Qualificació	Potencial	Interès
1	Touring Urbà Organitzat	Baixa Prioritat	Molt Baix	Baix
2	Touring Urbà Independent	A Potenciar	Mitjà	Alt
3	Reunions i Convencions	A Potenciar	Mitjà	Alt
4	Negoci / Professional	A Potenciar	Mitjà	Alt
5	Turisme Cultural (sentit estricte)	A Aprofitar	Baix	Alt
7	Esdeveniments Culturals	A Aprofitar	Baix	Mitjà
8	Turisme Gastronòmic	A Aprofitar	Baix	Alt
10	Shopping (Turistes allotjats a Barcelona)	A Aprofitar	Baix	Alt
14	Turisme Interès Especial	A Potenciar	Mitjà	Alt
16	Day Trip Independent	A Aprofitar	Baix	Alt
17	Residents a Catalunya	A Aprofitar	Baix	Alt
19	Shopping (Excursionistes a Barcelona)	A Aprofitar	Baix	Alt
21	Barcelonins de lleure independent	A Potenciar	Mitjà	Alt

2.5. ESTRATÈGIA DE POSICIONAMENT

Què entenen per estratègia de posicionament?

- Es tracta de donar resposta a la següent qüestió:

Com volem que siguin percebudes pels potencials visitants les diverses zones o barris turístics del Districte?

Es tracta de seleccionar els elements que han de configurar el “caràcter” o “marca definitiva” en base a tres eixos:

- *Per benefici principal:* Quin ha de ser el benefici principal per a motivar la visita al barri del turista potencial?
- *Per diferenciació:* Quins elements diferencials podem oferir enfront a altres destinacions (barris o nodes) competidors?
- *Per imatge:* Quines imatges volem transmetre com a elements identificadors del barri o node?

En aquest apartat definim un “paraigües comunicacional” d’ample espectre que asseguri la coherència de la política de comunicació i sota el qual s’han de poder acollir-se els missatges específics per a cadascun dels productes / mercats.

Premisses

- No té massa sentit definir un posicionament per al conjunt del Districte, ja que hem vist que és molt heterogeni i que s’articula al voltant de nodes amb característiques i potencialitats turístiques molt diferents. Per tant, el que farem serà intentar definir un posicionament turístic diferenciat pels nodes o barris turístics més rellevants que són: el Node FC Barcelona - Recinte Maternitat, Node Palau Reial (i nodes complementaris Campus Universitaris), Node Eix Comercial de la Diagonal i Node Nucli Antic de Les Corts.
- També hem de tenir molt present que aquests nodes turístics no són destinacions turístiques independents, sinó que són sub-destinacions o variants d’una destinació o marca que anomenem “Destinació Barcelona” i que és la determinant en el procés d’elecció de la destinació per part del potencial visitant que vol gaudir d’una determinada experiència turística.
- Per tant, en el procés de construcció de l’Estratègia de Posicionament d’aquestes sub-destinacions barcelonines haurem de tenir present en tot moment com a element de referència el posicionament de la “Destinació Barcelona”, per aprofitar l’efecte “impuls” que la “marca paraigües” pot donar a determinats atributs singulars que tenen els nostres barris i que estarien

en línia amb els atributs associats a Barcelona, i evitar els elements que siguin contradictoris o poc coherents amb la “marca paraigües”.

No oblidem que un eix important d'aquesta estratègia de posicionament és motivar la visita a determinats barris encara poc coneguts o posicionats per part del turista que ja ha escollit visitar Barcelona, i per tant que ha fet la seva elecció associant-la a determinats atributs i imatges.

La clau és per tant, saber posicionar “les altres Barcelones” per aquells turistes que ja han escollit la marca “Barcelona”.

- Actualment tenim un coneixement molt aprofundit i precís del posicionament de la marca turística “Barcelona” gràcies a les investigacions que amb gran rigor tècnic s'han fet per part de l'Oficina del Pla Estratègic de Turisme de Barcelona els darrers anys als principals mercats turístics emissors, tant a persones que ja havien visitat la ciutat com a persones que no l'havien visitada, però que tenien un cert coneixement de la seva existència.

En síntesi, *la percepció de Barcelona com a marca turística als mercats emissors internacionals* ve fortament associada a aquests conceptes principals:

1. Estil i qualitat de vida mediterrània

Clima, platges, barcelonins, diversió, hospitalitat, vida a carrers i places, modernitat, encant, cosmopolitisme, Rambles.

2. Arquitectura, Patrimoni Artístic i Cultural, amb Gaudí com a principal exponent

Sagrada Família, Parc Güell, Pedrera, història de la ciutat, Catedral, modernisme, Barri Gòtic, etc.

3. El Barça i Esport

Barça, Camp Nou, Futbol, Jocs Olímpics, etc.

Posicionament actual de Barcelona ⁶

Barcelona és una destinació turística que arriba a la seva maduresa, que ha gaudit de gran èxit durant els darrers deu anys i ara es troba en una etapa del seu cicle de vida en la que li cal introduir nous elements per generar un nou cicle de vida que la sostingui en el futur.

La imatge turística de Barcelona és producte d'una manera de fer ciutat pròpia dels seus ciutadans, al llarg del temps, mitjançant la iniciativa tant privada com pública.

La manera de fer ciutat es pot caracteritzar a partir de quatre grans eixos: *estil de vida mediterrani, espai de vida d'escala humana i equilibri entre el “seny” i la “rauxa” a l'hora de forjar vida i espai.*

⁶ Bases Estratègiques del Pla de Marketing Turístic de Barcelona. Tourism & Leisure. Europraxis Consulting. Maig 2010



La primera lliçó és que el futur turístic de Barcelona passa, primer, per seguir construint una ciutat per a poder-hi viure, treballar i gaudir, cercant una complementarietat cada cop major entre aquests tres àmbits.

1. Invertir en conservar i millorar el nostre estil de vida propi i mediterrani
2. Invertir en conservar i millorar el espai de vida d'escala humana
3. Fer ho amb tantes dosis de rauxa com de seny
4. Cercant aquest equilibri entre els contrastos tan propi de la nostra identitat

Aquest *equilibri de contrastos*, tan propi de la nostra identitat, ha d'anar enriquint-se per respondre a les necessitats creixents dels ciutadans i per seguir essent competitiu com a destinació.

El primer Pla de Màrqueting ja posicionava Barcelona com a ciutat de contrastos. Avui, Barcelona ha enriquit la seva gamma de contrastos, però alguns dels quals no tenen, encara, prou equilibri.

El posicionament pel 2015 hauria de ser el d'una Barcelona encara més rica en contrastos, cada vegada més equilibrats fins a poder tenir tantes Barcelones com a visitants.

EIXOS DE POSICIONAMENT NODE NUCLI ANTIC DE LES CORTS

EIX DE POSICIONAMENT	ATRIBUTS CLAU	JUSTIFICACIÓ
<p>Per Benefici Principal</p> <p><i>Quin ha de ser benefici principal que obtindrà el turista per la seva visita al barri?</i></p>	<p>Sensacions / Experiències</p> <p>Descobrir: Un “poble” a dues passes del brogit i cosmopolitisme de la Diagonal.</p> <p>Gaudir: De l’ambient i estil de vida tranquil i de les seves places i carrers.</p>	<p>Aquest posicionament es recolza i aprofita dos dels puntals principals del posicionament de la “marca Barcelona”:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estil de Vida/ Emocional: vida al carrer, tradició, identitat, gastronomia, compres. ▪ Espai de Vida / Físic, espais urbans, arquitectura popular, arquitectura modernista <p>però concretat en recursos propis i singular que fan que es pugui posicionar “ via contrast” en referència al gran “driver” que es el Node de l’Eix Comercial de la Diagonal.</p>
<p>Per Diferenciació</p> <p><i>Quins elements diferencials podem oferir enfront a altres destinacions?</i></p> <p>Es tracta de destacar els elements singulars que distingeixen el barri d’altres destinacions competidores.</p>	<p>Contrast entre</p> <p>Encant / tranquil·litat del Nucli Antic És un nucli que conserva el seu encant de poble: places i carrers íntims i tranquils, establiments tradicionals</p> <p>Cosmopolitisme i modernitat de l’Avinguda Diagonal Agitació, trànsit, arquitectura moderna a gran escala, grans centres comercials, centres de negocis.</p>	
<p>Per imatge</p> <p><i>Quines imatges volem transmetre com a elements identificadors del barri?</i></p>	<p>Estil de vida/ ambient</p> <p>Plaça Concòrdia, Plaça Comas, Carrer del Remei, etc., animades amb gent i terrasses.</p> <p>Patrimoni Històric i Cultural</p> <p>Parròquia del Remei, Can Deu (edifici i jardins).</p>	
<p>CONCEPTE DE SÍNTESI</p> <p>A dues passes de la Diagonal, descobrir l’encant d’un “poble” que conserva el seu caràcter i gaudir de l’ambient tranquil i reposat dels seus carrers i places.</p>		

EIXOS DE POSICIONAMENT NODE TURÍSTIC MONESTIR DE PEDRALBES

EIX DE POSICIONAMENT	ATRIBUTS CLAU	JUSTIFICACIÓ
<p>Per Benefici Principal</p> <p><i>Quin ha de ser benefici principal que obtindrà el turista per la seva visita al barri?</i></p>	<p>Sensacions / Experiències</p> <p>Contemplar: Uns dels conjunts artístics més bells i ben conservats del gòtic català.</p> <p>Sentir / Submergir-se: En un oasi de pau i espiritualitat a on el “temps s’ha parat”.</p> <p>Passejar: Pel barri més aristocràtic de Barcelona, gaudint dels atractius (arquitectura, jardins, etc.) que envolten el Monestir.</p>	<p>Aquest posicionament es recolza i aprofita dos dels punts principals del posicionament de la “marca Barcelona”:</p>
<p>Per Diferenciació</p> <p><i>Quins elements diferencials podem oferir enfront a altres destinacions?</i></p> <p>Es tracta de destacar els elements singulars que distingeixen el barri d’altres destinacions competidores.</p>	<p>Un recinte monàstic d’excel·lent bellesa i “viu”</p> <p>A on la història es fa present enllaçant passat i present.</p> <p>Un autèntic oasi al mig de la ciutat”</p> <p>A on es respira pau i espiritualitat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Espai de Vida / Físic: història, monuments. espais a escala humana, jardins, places. ▪ Estil de Vida/ Emocional: espiritualitat, recolliment, contemplació, identitat, tolerància.
<p>Per imatge</p> <p><i>Quines imatges volem transmetre com a elements identificadors del barri?</i></p>	<p>El Recinte del Monestir</p> <p>Vistes de l’exterior emmurallat, de la placa interior, del claustre, de la església.</p> <p>Algunes imatges de l’entorn</p> <p>Plaça Bisbe Català, Creu de Pedralbes, Església Maria Reina, mansions aristocràtiques, etc.</p>	<p>però concretat en recursos singulars i únics que fan que es pugui posicionar de forma diferenciada, però alhora sinèrgica, amb la “marca paraigües Barcelona”.</p>
<p>CONCEPTE DE SÍNTESI</p>		
<p>Un curt desplaçament urbà al barri més aristocràtic de la ciutat, ens permet alhora contemplar un dels recintes monàstics gòtics més bells i ben preservats de Catalunya i submergir-nos i “escoltar” el silenci i els càntics, en un oasi de pau i espiritualitat que enllaca present i passat.</p>		

EIXOS DE POSICIONAMENT NODE TURÍSTIC FC BARCELONA – RECINTE MATERNITAT

EIX DE POSICIONAMENT	ATRIBUTS CLAU	JUSTIFICACIÓ
<p>Per Benefici Principal</p> <p>Quin ha de ser benefici principal que obtindrà el turista per la seva visita al node?</p>	<p>Sensacions / Experiències</p> <p>Conèixer: La seu del FC Barcelona i el barri que l'acull.</p> <p>Comprendre: La història, l'esperit i els valors del "Barça" com a reflex de la ciutat a la que representa.</p> <p>Descobrir: Les altres cares i atractius "del barri del Barça": arquitectura, patrimoni, espais verds.</p>	<p>Aquest posicionament es recolza i aprofita la gran força que té la icona "Barça" com element identificador de la destinació "Barcelona" per donar a conèixer altres barris del Districte, eixamplant els atributs de posicionament (actualment massa unidimensionals i centrats només en el Barça) i incorporant la resta de elements presents a la "marca Barcelona":</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Espai de Vida / Físic: patrimoni històric, arquitectura monumental de referència, espais verds. ▪ Rauxa / Passió: per l'esport, per la creativitat, per la innovació. ▪ Seny / Racionalitat: en el lideratge i estil "del millor club del món". ▪ Estil de Vida / Emocional, identitat (el Barça "es més que un club"); viure l'ambient del carrer del "barri del Barça".
<p>Per Diferenciació</p> <p>Quins elements diferencials podem oferir enfront a altres destinacions?</p> <p>Es tracta de destacar els elements singulars que distingeixen el barri d'altres destinacions competidores.</p>	<p>El barri a on hi ha la seu del "Barça" (Camp Nou i Museu) Un "must" de visita obligada a la ciutat</p> <p>Al costat d'un dels conjunts més importants(i més desconeguts) del Modernisme de Catalunya: La Maternitat Recinte patrimonial modernista i espai verd no massificat</p>	
<p>Per imatge</p> <p>Quines imatges volem transmetre com a elements identificadors del barri?</p>	<p>El Camp Nou i el Museu</p> <p>Diverses vistes del Camp Nou (interiors i exteriors), del Museu i Centre d'interpretació i de la Masia.</p> <p>El Recinte Modernista de la Maternitat</p> <p>Els pavellons i els seus jardins.</p>	
<p>CONCEPTE DE SÍNTESI</p> <p>Visita imprescindible al FC Barcelona que et permetrà, a més de conèixer el seu Estadi Monumental i comprendre la seva història i el seu esperit (Museu), viure l'ambient i descobrir les altres cares i atractius del barri que l'acull.</p>		

EIXOS DE POSICIONAMENT DEL NODE PALAU REIAL (I NODES COMPLEMENTARIS: CAMPUS UNIVERSITARIS)

EIX DE POSICIONAMENT	ATRIBUTS CLAU	JUSTIFICACIÓ
<p>Per Benefici Principal</p> <p><i>Quin ha de ser benefici principal que obtindrà el turista per la seva visita al node?</i></p>	<p>Sensacions / Experiències</p> <p>Descobrir: Seguint l'Avinguda més emblemàtica de la ciutat, les importants peces de l'arquitectura moderna i contemporània que la voregen.</p> <p>Gaudir: Dels jardins dels Palaus i de les àrees verdes dels Campus Universitaris.</p> <p>Conèixer: La "gran fàbrica" generadora i transmissora de coneixement: Campus Universitaris i el Parc Científic.</p>	<p>Aquest posicionament <i>es recolza i aprofita dos dels puntals principals del posicionament de la "marca Barcelona"</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Espai de Vida / Físic: arquitectura contemporània, patrimoni històric, parcs i espais verds, nous espais urbans. ▪ Seny / Racionalitat: formació, coneixement, ciència, <p><i>però concretat en recursos singulars i únics que fan que es pugui posicionar de forma diferenciada, però alhora sinèrgica, amb la "marca paraigües Barcelona".</i></p>
<p>Per Diferenciació</p> <p><i>Quins elements diferencials podem oferir enfront a d'altres destinacions?</i></p> <p>Es tracta de destacar els elements singulars que distingeixen el barri d'altres destinacions competidores.</p>	<p>Contrast entre</p> <p>La tradició: L'arquitectura neoclàssica i modernista dels Palaus i Mansions (Palau Reial, Pavelló Güell, Torre Girona)</p> <p><i>Evocadores del passat recent de la noblesa i gran burgesia catalana</i></p> <p>La modernitat: Arquitectura i urbanisme contemporanis dels Campus Universitaris i Parc Científic</p> <p><i>Evocadores de la modernitat, el racionalisme i del món del coneixement</i></p>	<p><i>però concretat en recursos singulars i únics que fan que es pugui posicionar de forma diferenciada, però alhora sinèrgica, amb la "marca paraigües Barcelona".</i></p>
<p>Per imatge</p> <p><i>Quines imatges volem transmetre com a elements identificadors del node?</i></p>	<p>Palaus i Mansions</p> <p>Palau Reial, Torre Girona, Finca Güell (El Drac)</p> <p>Urbanisme i arquitectura d'avantguarda</p> <p>Edificis universitaris emblemàtics (Facultat de Dret) Palau de Congressos</p> <p>Parcs i Jardins</p> <p>Jardins Palau Reial, Jardins Torre Girona, Parc de Cervantes</p>	<p><i>però concretat en recursos singulars i únics que fan que es pugui posicionar de forma diferenciada, però alhora sinèrgica, amb la "marca paraigües Barcelona".</i></p>
<p>CONCEPTE DE SÍNTESI</p>		
<p>En un passeig per l'Avinguda Diagonal, descobrir las més variades mostres d'arquitectura tradicional i contemporània, gaudint alhora dels abundants jardins i zones verdes que les envolten.</p>		

EIXOS DE POSICIONAMENT DEL EIX COMERCIAL DE LA DIAGONAL

EIX DE POSICIONAMENT	ATRIBUTS CLAU	JUSTIFICACIÓ
<p>Per Benefici Principal</p> <p>Quin ha de ser benefici principal que obtindrà el turista per la seva visita al node?</p>	<p>Sensacions / Experiències</p> <p>Poder escollir: Entre la més gran varietat d'oferta comercial d'establiments i marques, sense necessitat de grans desplaçaments i sense la massificació del centre de la ciutat.</p> <p>Gaudir i passejar: Còmodament pel gran bulevard que conforma aquest Eix Comercial</p>	<p>Aquest posicionament <i>es recolza i aprofita tres dels puntals principals</i> del posicionament de la "marca Barcelona":</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Espai de Vida / Físic: urbanisme i arquitectura moderna, espais urbans i de trobada. ▪ Rauxa / Passió: moda, creativitat, innovació. ▪ Estil de vida / Emocional: <i>vida al carrer, compres, gastronomia, animació,</i> <p><i>però concretat en recursos singulars i únics que fan que es pugui posicionar de forma diferenciada, però alhora sinèrgica, amb la "marca paraigües Barcelona".</i></p>
<p>Per Diferenciació</p> <p>Quins elements diferencials podem oferir enfront a altres destinacions?</p> <p>Es tracta de destacar els elements singulars que distingeixen el node d'altres destinacions competidores.</p>	<p>La facilitat d'accés tant en transport públic com en vehicle privat</p> <p>L'amplitud dels espais públics: no "congestió"</p>	
<p>Per imatge</p> <p>Quines imatges volem transmetre com a elements identificadors del node?</p>	<p>Arquitectura i Urbanisme:</p> <p>Exteriors de la Diagonal "bulevard": els edificis comercials més emblemàtics: Illa, Pedralbes Centre (Pista de Patinatge de Gel), El Corte Inglés,</p> <p>Interiors i aparadors dels establiments</p>	
<p>CONCEPTE DE SÍNTESI</p>		
<p>Passejar i fer shopping a un dels eixos comercials urbans més dinàmics i de gamma alta de la ciutat, en uns espais i ambients on trobarà la més gran varietat de marques de qualitat.</p>		

2.6 ESTRATEGIA ORGANITZATIVA I PARTICIPATIVA

2.6.1. Punt de Partida

- S'ha de tenir en compte *l'escassa tradició turística del Districte*, malgrat que l'activitat turística ja té un pes molt rellevant dintre de la seva economia, tant pel que fa als nivells d'activitat com en matèria de gestió i política turística, i per tant, en l'àmbit d'organització turística el Districte parteix pràcticament de zero.
- Per això el que proposem en aquesta línia estratègica és *l'inici d'un procés* que ha de permetre gestionar el turisme del Districte de forma eficient i eficaç, és a dir, fixar les bases organitzatives per anar avançant de forma progressiva en la definició i implementació de la política turística a nivell de Districte. Un dels primers passos en aquesta direcció ha estat l'elaboració del present "Pla de Turisme".
- La *bona predisposició que la majoria dels sectors implicats han manifestat* durant el procés d'elaboració del Pla (hotelers, restauradors, centres comercials, Museu FC Barcelona, etc.), ens fa pensar que tenim una bona base per articular mecanismes de participació estables de cara al futur. La participació i col·laboració de tots els agents implicats és imprescindible, sobretot si tenim en compte que es tracta d'una activitat caracteritzada pel fraccionament i heterogeneïtat de la "cadena de valor" del producte.
- En aquesta proposta estratègica, tindrem com a *marc de referència* tant la nova estructura de governança en matèria de turisme a nivell municipal fruit del Pla Estratègic de Turisme de Barcelona 2015, com la política descentralitzadora del Nou Model de Gestió Territorial Municipal, en la que el barri és el protagonista i es concreta en la nova organització dels Districtes (Nova Pauta Organitzativa dels Districtes - Gasetta Municipal 30-3-2009).
- Que les propostes que es fan tenen present en tot moment l'òptica de *l'austeritat i optimització dels recursos* existents, evitant per tant duplicitats i sobre costos, i que ha de ser suficientment *flexible* per anar-se adaptant a les noves necessitats que el desenvolupament turístic comportarà.

2.6.2. Proposta Organitzativa

Àmbit: *Planificació i Gestió*

- El Districte ha de ser la unitat territorial de Planificació i Gestió del Turisme, per tant l'organització operativa i executiva es concentra a aquest nivell.
- Això vol dir que el *Districte* ha d'assumir la responsabilitat en aquest àmbit, el que implica l'exercici de les següents funcions dintre del seu territori:

- Planificació turística
- Desenvolupament i suport de la política turística municipal dintre del seu territori
- Relacions amb els sectors vinculats al turisme per canalitzar la seva participació i facilitar el seu desenvolupament.
- Propostes de foment de l'activitat turística i sectors vinculats.
- Propostes de mesures d'ordenació i control de l'activitat turística.
- Propostes i execució de mesures que tenen incidència en l'activitat turística: urbanisme, espai públic, protecció del patrimoni, mobilitat, senyalització, etc.
- Determinades activitats de promoció (d'àmbit molt local i específic). El gruix de les activitats de promoció i marketing (especialment l'exterior) es canalitzarà via "Turisme de Barcelona".
- Relacions amb les institucions responsables de la planificació, gestió i promoció del turisme pel conjunt de la ciutat:
 - *Direcció de Promoció Territorial i Turisme* (Àrea Municipal de Promoció Econòmica), responsable de la governança del turisme (planificació i gestió) a nivell municipal i amb la qual es coordinarà i de la qual rebrà suport tècnic.
 - *Consorci "Turisme de Barcelona"*, com a responsable de definir i executar el marketing turístic de la ciutat, per tant, s'encarregarà també de la promoció, comunicació i suport a la comercialització turística del Districte, ja que no tindria sentit fer-ho de forma independent. Només té sentit que algunes accions promocionals (a nivell local i limitat) es facin directament des del Districte.
- Dintre de les quatre Direccions en que s'organitza la Gerència de Districte (Serveis Generals, Serveis de Territori, Espai Públic i Llicències i Serveis a les Persones), es proposa l'àmbit de Turisme que quedi sota responsabilitat de la *Direcció de Serveis de Territori*, si bé tindran que establir-se mecanismes de coordinació amb les altres Direccions, com la *Direcció de l'Espai Públic i Llicències* i la *Direcció de Serveis a les Persones*, aquesta última pel fet de tenir competències en matèria de Cultura i Esports.
- Es fa necessari que es designi un *Tècnic* que es responsabilitzi de la coordinació i gestió dels temes turístics a tot el Districte, i de forma més immediata, de la implementació del Pla de Turisme i de canalitzar i organitzar el diàleg amb els agents i sectors implicats.
 - *L'ideal seria que es disposés d'un tècnic especialitzat* que s'ocupés de tot el que fa referència al turisme, tasca que podria compartir també amb Comerç o altres activitats de Promoció Econòmica, depenent de la seva càrrega de treball.

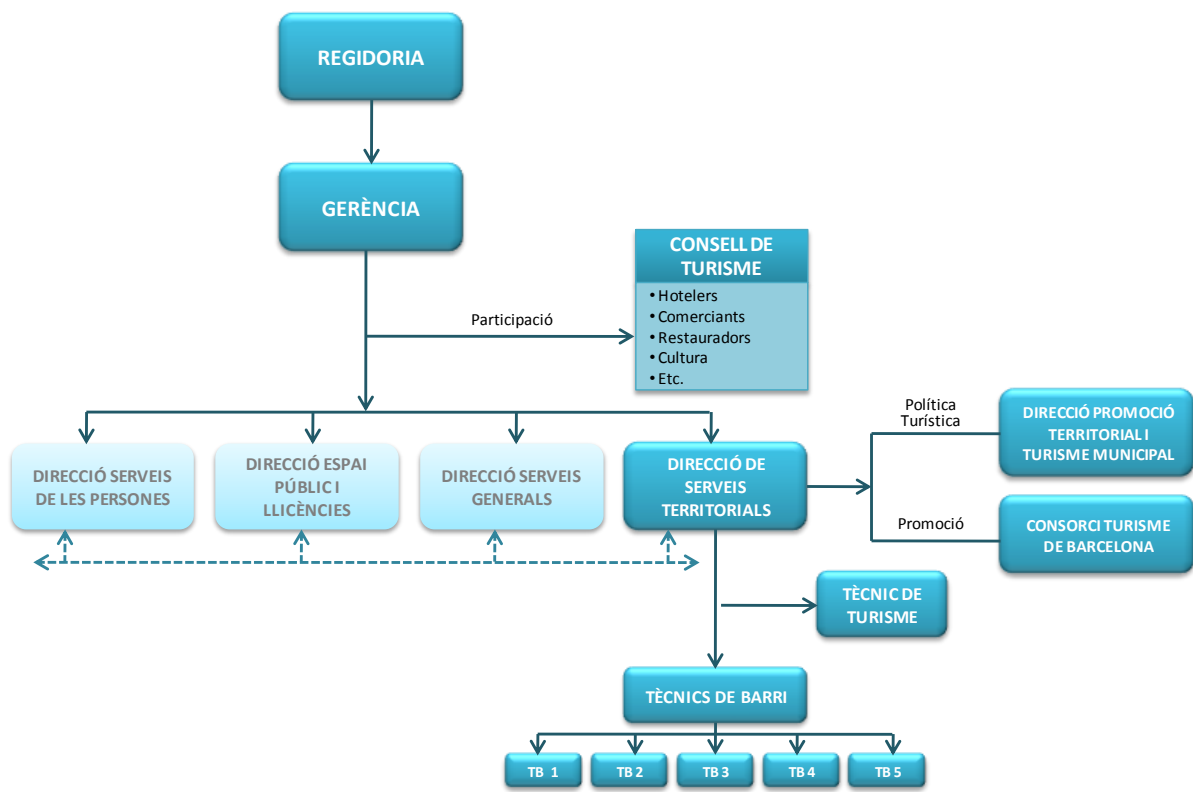
- En cas de que aquest lloc de treball especialitzat no pogués ser creat a curt termini -per raons pressupostàries o organitzatives- proposem que s'assigni aquesta tasca a un dels Tècnics de Barri (preferentment d'un barri amb activitat o potencialitat turística) que actuaria de coordinador entre els altres tècnics de barri, en tot al que fa referència al turisme i reportaria al Director de Territori del Districte i a més actuaria com a enllaç amb els tècnics corresponents de la *Direcció de Promoció Territorial i Turisme i del Consorci "Turisme de Barcelona"*.
- La Direcció de Promoció Territorial i Turisme del Municipi donarà suport tècnic a les corresponents Direccions de Territori dels Districtes, vetllarà perquè les seves actuacions siguin coherents amb la política turística municipal i afavorirà la coordinació amb altres Districtes i altres sectors municipal, en temes d'interès compartit.

Àmbit: *Participació*

- Es proposa crear un *instrument de participació i consulta* amb els sectors econòmics i socials que tenen incidència rellevant en turisme, l'anomenem "**Consell de Turisme de Districte**" i que tindria caràcter consultiu.
- Aquest Consell *només tindrà èxit si es considera útil per part dels implicats*, en el cas del Districte si li permet auscultar la realitat i la problemàtica del sector i rebre informacions i suggeriments útils. Pel que fa als actors econòmics i socials cal que vegin les seves idees i suggeriments escoltats amb respecte (no vol dir que siguin acceptats sempre) i sobretot que vegin que hi ha unes actuacions que a la llarga, es poden reflectir positivament en la seva activitat.
- Les reunions del Consell han de tenir una *periodicitat raonable* (una freqüència trimestral podria ser un ritme adequat) i sobretot han de tenir contingut. No té sentit "reunir-se per reunir-se" sense uns *objectius clars*.
- El *principal problema* que es sol presentar per articular aquest tipus de Consells, és el de la *representativitat*, ja que en molts casos no hi han organitzacions formals de representació dels interessos sectorials a nivell de Districte, i a més, solen ser sectors molt atomitzats.
- Per altra banda, la necessitat d'establir algun tipus de mecanisme de participació, pot ser *l'oportunitat perquè els sectors s'autoorganitzin* i estableixin unes fórmules de representació i diàleg de caràcter intern. De fet amb motiu dels Tallers Sectorials que s'han celebrat arrel de l'elaboració del Pla de Turisme de Districte, molts empresaris (hotelers, restauradors, etc.) han manifestat la seva satisfacció per poder asseure's per primera vegada plegats per a debatre temes d'interès comú a nivell de Districte.

- En el cas de que hi hagi institucions o associacions sectorials formalment constituïdes (com pot ser el cas de l'Eix Comercial Sants - Les Corts) es canalitzarà la participació via aquestes associacions; en el cas de que no hi siguin, es proposaran fórmules més informals i obertes de participació, que progressivament vagin evolucionant cap a fórmules més estables i institucionalitzades.
- En el cas del Districte de Les Corts els sectors i agents econòmics i socials que podrien participar en el Consell de Turisme del Districte serien a títol orientatiu els següents:
 - *El sector Hotelier*: No constituït formalment com a associació. Degut al seu nombre limitat es podrien convocar tots els establiments.
 - *El Sector Comerç*: Mitjançant l'Eix Comercial Sants - Les Corts, petites Associacions de Comerciants presents al Districte i els grans centres comercials com Pedralbes Centre, L'Illa Diagonal i El Corte Inglés o establiments singulars com La Roca Gallery i la Harley Davidson.
 - *El Sector Restauració*: No hi ha cap plataforma o agrupació específica. Seria convenient fer una selecció dels establiments de més anomenada i convidar-los.
 - *El Sector Cultura i Patrimoni*: A títol orientatiu es podria convidar a la Diputació de Barcelona (Recinte Maternitat), Museu de Ceràmica i Museus del Disseny HUB Barcelona (DHUB) del Palau Reial de Pedralbes, el Museu del FC Barcelona, Museu d'Història de Barcelona (Monestir de Pedralbes), Parc i Jardins, etc.
 - *Altres institucions*: Campus Sud i Nord de la UB i UPC, Parc Científic, Real Club de Tennis de Barcelona, Palau de Congressos de Catalunya, Auditori AXA, La Caixa, etc.
 - *Experts i personalitats de prestigi reconegut vinculats al Districte*: historiadors, escriptors, periodistes, professors, etc., que tinguin alguna relació o interès en la promoció del turisme.

ORGANITZACIÓ DEL TURISME AL DISTRICTE



3.LÍNIES D'ACTUACIÓ

3.1. ÀMBIT RECURSOS TURÍSTICS

3.1.1. Consolidar i posar en valor els recursos “motors”

Des del punt de vista turístic, és important concentrar les accions sobre els recursos motors que han d'actuar com a “driver” dels nodes principals segons l'estratègia proposada. Les accions previstes per a la recuperació d'altres recursos amb interès cultural o cívic (per ex.: Parc Can Rigal, Font del Lléo – Ctra. De les Aigües, etc.), des del punt de vista turístic, tenen un caràcter complementari.

Recinte Monestir de Pedralbes

- És un recurs d'alt valor i està molt ben preservat, tant pel que fa al continent (Església, Monestir, edificacions, muralla, placa, etc.), como respecte al contingut (museu, actes de culte, ambient etc.) i per tant, no requereix d'intervencions majors de les que ja estan pensades o en curs, com és el cas de l'habilitació de sala de conferències “Sala de les Claraboies” (en obres) o l'habilitació de noves sales d'exposició museística.
- El Monestir és a més, un punt de parada del bus turístic i molt a prop s'hi troben altres recursos complementaris (Església Maria la Reina, Placa Bisbe Català, Jardins i Residències amb valor arquitectònic, etc.) que no estan vinculats turísticament.

➔ *La recomanació respecte al Recinte del Monestir és per tant, mantenir-lo en la seva situació actual i gestionar-lo per tal de que no perdi el seu encant i autenticitat, evitant un turisme massiu que a causa de la fragilitat i característiques del recurs, podrien posar –lo en perill. En tot cas, les intervencions haurien de centrar-se en obres de rehabilitació de sales, ja programades, obres de manteniment i en la millora de la senyalització interpretativa per tal que el visitant pugui comprendre millor la història i significat del Monestir.*

➔ *En canvi, podria ser potenciat com a node per a un turisme cultural i religiós més selectiu, millorar la seva vinculació amb els recursos propers, mitjançant actuacions que només requereixen una millor senyalització i una adaptació dels horaris per a rebre visites, tot adaptant els missatges i informació que es dona des del bus turístic. Els creixements dels fluxos de visitants (actualment entre 55.000-60.000 visitants / any), haurien de ser modestos i orientats, sobretot, a reduir l'estacionalitat a les èpoques “vall” (hivern).*

Palau Reial

- És un recurs que té un rol molt important en el Sistema Turístic del Districte, tant per la seva ubicació estratègica com per les diverses funcions que alberga: espai de lleure, espai

cultural i museus, lloc de celebració d'esdeveniments i reunions d'alt nivell, esdeveniments culturals, seu institucional. Aquesta diversitat d'usos pot generar incompatibilitats. Ocupa una posició central dins la Zona Universitària.

- Pel que fa al que és pròpiament el Parc i el Palau (Edificis, jardins i vegetació, senders, fonts, escultures etc.) el conjunt està en bon estat, si bé l'actual sistema de gestió ha de conciliar les necessitats de conservació amb les dels veïns- residents, la dels visitants-turistes i la realització d'esdeveniments culturals, socials i polítics. El problema des del punt de vista turístic rau, en l'heterogeneïtat de funcions que se li demanen, algunes d'elles en una situació de provisionalitat com és el cas dels museus que allotja (Museu d'Arts Decoratives, Museu del Textil i de la Indumentària i Museu de la Ceràmica) que està previst que es traslladin al nou Museu del Disseny Hub de la Placa de Les Glòries, que més que generar alguns conflictes d'usos, fa que es mogui en una certa indefinició respecte al seu posicionament dins del Sistema Turístic.

➔ *Es fa necessari en primer lloc, tenir clar quins seran els usos i funcions del conjunt, amb una perspectiva a mitjà i llarg termini, per posteriorment realitzar un pla específic per a definir-ne els seus usos culturals i turístics.*

➔ *Per altra banda, el que sí que es pot potenciar a curt termini és el seu paper central i articulador respecte als recursos més pròxims: Pavelló Gaudí de la Finca Güell, Torre Girona, alguns edificis universitaris emblemàtics (Facultat de Dret) i fins i tot el Parc de Cervantes. Una gran part d'aquests recursos són molt propers entre si, però bastant allunyats i poc visibles dels del Palau Reial, ja que aquest és un recinte clos amb un mur que fa de pantalla i un únic accés obert al gran públic. Seria convenient, per tant, estudiar la possibilitat de que el gran públic pogués utilitzar els altres accessos posteriors, la qual cosa permetria articular itineraris atractius i més curts que el vinculessin amb aquests recursos propers, reforçats amb una bona senyalització. També s'hauria d'estudiar la possibilitat d'eliminar, parcial o totalment, el mur perimetral, cec i monòton, i substituir-lo per un sistema de tanques més transparent i "artístic", que permetés la integració dels jardins a l'entorn i la seva visualització des de l'exterior.*

➔ *Una altra línia d'actuació orientada a dinamitzar el Palau Reial, seria la potenciació de la seva utilització com a marc d'activitats culturals a l'aire lliure.*

FC Barcelona (Museu " Barça Experience")

- És un recurs excepcional que rep més del 1,3 milions de visitants de pagament l'any, el 80% dels quals són turistes internacionals. Gestionat pel FC Barcelona, ha passat de ser un museu clàssic, a un museu modern que aplica les últimes tècniques d'interpretació. Per altra

banda, disposa de bones instal·lacions complementàries (botiga, bars, restauració ràpida) i facilitats d'aparcament per a autobusos i vehicles privats, parada de bus turístic i proximitat al metro.

- Per tant no proposem cap tipus de mesura respecte al propi recurs, ja que no les requereix. El que sí proposem són actuacions destinades a que aquest important recurs actui com a "locomotora turística" del Districte, és a dir, per tal d'aconseguir que una part dels seus visitants visitin i facin despesa a d'altres zones relativament properes. És per això, que es proposen les següents línies d'actuació:

➔ *Informació al propi Museu del "Barça" (s'ha de veure en quin grau o intensitat) dels recursos turístics i oferta complementària (restauració, comerç, etc.) propera, amb indicació dels itineraris més idonis, còmodes i atractius. Això es podria concretar en diverses formes, des d'un simple dispensador de planells i fulletons, fins a instal·lar una petita oficina d'informació turística.*

➔ *Definició d'un itinerari turístic prioritari, que inclouria el Museu del "Barça"- Avinguda Joan XXIII- Masia del Barça- Recinte de la Maternitat- carrer Mejía Lequerica - Gran Via Carles III – Dolors Masferrer- Carrer del Remei - Plaça de la Concòrdia, i que només requeriria petites actuacions sobre l'espai públic (voreres, passos de vianants, etc.) acompanyat d'una adequada senyalització orientativa, informativa i interpretativa. La incorporació de la Masia del Barça com a espai visitable és una oportunitat que reforçaria l'atractiu de l'itinerari, ja que els propers mesos deixarà de ser residència de joves futbolistes i hauran de donar-li altres usos.*

Per tal de que aquestes actuacions assoleixin els seus objectius, serà necessari establir uns canals de comunicació i col·laboració adequats amb els responsables del Museu del "Barça".

3.1.2. Potenciació i posada en valor turístic del Recinte de la Maternitat

- Podríem dir que el Recinte Modernista de la Maternitat, és un "diamant en brut" des del punt de vista turístic, i que hi podríem establir paral·lelismes i similituds respecte al Recinte de l'Antic Hospital de Sant Pau.
- El Recinte està format per un conjunt d'edificis representatius del modernisme primerenc i destinats a usos assistencials i sanitaris, units entre sí per un gran jardí. Actualment, els diferents pavellons estan ocupats per dependències de la Diputació de Barcelona (propietària del Recinte), la Universidad Española de Educación a Distancia, una emissora de ràdio i un institut d'educació secundària. Els jardins són oberts al públic, el qual hi pot accedir per diferents punts del perímetre, però gairebé només són coneguts pels veïns dels

barris més propers, que els utilitzen com a parc urbà. Són força desconeguts per a la resta dels barcelonins i encara més desconeguts per als potencials turistes.

- El conjunt té un elevat potencial turístic, reforçat per la seva proximitat a les instal·lacions del FC Barcelona i també – un vegada consolidat turísticament- com a una peça estratègica per a la dinamització turística del Districte, en vincular-se amb el Nucli Antic de Les Corts. Les línies d'actuació a seguir, serien les següents:
 - ➔ *Proposta municipal al titular i gestor del Recinte (Diputació de Barcelona) de cara a establir un acord de principi per tal de potenciar el Recinte de la Maternitat com a espai turístic estratègic per al Districte i la Ciutat.*
 - ➔ *Establert l'acord, elaborar un Pla d'Usos i Posada en Valor Turístic del Recinte, com a marc de referència per al desenvolupament progressiu.*
 - ➔ *A curt termini, no seria necessari canviar els seus usos ni fer grans actuacions, simplement instal·lar una bona senyalització orientativa, informativa i interpretativa perquè el visitant pugui accedir-hi i moure's fàcilment, i sobretot pugui comprendre el que representa i significa el Recinte. També es podria aprofitar per a instal·lar als baixos d'algun pavelló ben ubicat, un petit Centre d'Interpretació i Oficina d'Informació turística (aquesta última de tot el Districte).*
 - ➔ *Més endavant, creiem que el Pla d'Usos del Recinte hauria de contemplar la instal·lació d'un Museu o Gran Centre d'Interpretació d'alt impacte i capacitat d'atracció. Tot això podria ser compatible amb els actuals usos administratius, educatius i de parc urbà.*
 - ➔ *També a curt termini, seria imprescindible la implementació de l'itinerari turístic prioritari proposat anteriorment, que inclouria el Museu del "Barça"- Avinguda Joan XXIII - Masia del Barça - Recinte de la Maternitat- Carrer Mejia Lequerica - Gran Via Carles III - Dolors Masferrer - Carrer del Remei - Plaça de la Concòrdia, el qual només requeriria de petites actuacions sobre l'espai públic (voreres, passos de vianants, etc.) i una adequada senyalització orientativa, informativa i interpretativa.*

3.1.3. Implementació del Pla Especial Carrer Europa – Carrer Anglesola

- El principal problema que té el Nucli Antic de Les Corts és la seva desconexió de l'Eix Comercial de la Diagonal, malgrat la seva proximitat, que fins ara ha impedit que aquest eix actuï com a dinamitzador turístic i comercial del Nucli Antic. La implementació del Pla Especial Carrer Europa – Carrer Anglesola, permetrà solucionar aquest problema. Actualment el Pla ja té algunes actuacions en marxa, però encara queden per resoldre algunes expropiacions i definir el projecte arquitectònic d'algunes peces del Pla.

- ➔ *El Districte haurà d'estar especialment atent als següents punts:*
 - *Que el procés d'implementació total (que es preveu que serà complex), no tingui retards.*
 - *Que els passos i carrers de vianants que han de connectar la Diagonal (via Plaça Valdivia i Jardins Ferran Soldevila) amb el Carrer Segalar, i aquest últim amb el carrer Anglesola, tinguin un disseny de detall atractiu, còmode i que convidi als vianants a passejar-hi i a entrar al Nucli Antic.*
 - *Que els baixos dels edificis d'habitatges previstos es destinin a usos comercials i de restauració, amb l'objectiu de donar vitalitat i animació a aquests vials, el que generaria una línia de continuïtat entre l'Eix Comercial de la Diagonal i el Nucli Antic.*

3.2. ÀMBIT ALLOTJAMENT

3.2.1. Criteris respecte al desenvolupament de l'oferta hotelera al Districte

- El Districte de Les Corts, en termes generals, està en una bona posició pel que fa a l'oferta hotelera. És una oferta d'alta qualitat, té un pes rellevant en l'estructura allotjativa de la ciutat i a més, es tracte d'establiments amb unes dimensions considerables, dotats d'equipaments com espais de reunions i convencions, spas, centre de negocis, etc. i que gaudeixen d'una molt bona accessibilitat.
 - Cal esmentar però, que l'oferta hotelera està molt concentrada territorialment, i de forma especial, sobre l'Avinguda Diagonal, destacant-se dos clústers hotelers importants: un d'ells articulat al voltant de l'Eix Comercial de la Diagonal i l'altre a l'entorn del carrer Loreto, ambdós molt focalitzats en el segment professional / negocis d'alta gamma.
 - Si bé l'Eix de la Diagonal ja està colmatat, i per tant és difícil que s'hi instal·lin nous projectes hotelers (a menys que es facin mitjançant el canvi d'usos d'edificis existents), gràcies a la configuració urbanística de gran part del Districte, amb abundància de zones verdes i de grans equipaments, grans avingudes, zones residencials poc densificades, etc., es poden desenvolupar nous projectes hotelers a gran part del seu territori, sense perill de congestió i saturació. Això permetria diversificar l'oferta territorialment (hi ha zones a on aquesta és molt escassa) i tipològicament, oferint productes idonis a altres segments de mercats actualment no atesos (per exemple per al turisme científic – universitari, per al turisme de negocis de llarga estada, etc.).
- ➔ *La política del Districte en aquest àmbit, haurà de vetllar perquè aquest creixement hotelier es faci de forma ordenada en l'espai (ubicacions idònies) i en el temps (ritmes de*

creixement acompanyats amb el creixement de la demanda). Per tant, en els futurs Plans i actuacions urbanístiques s'hauria de tenir molt present aquest principi. Cal esmentar aquí l'oportunitat que pot representar el "Pla del Barça" (encara per definir) per tal de donar resposta a aquestes necessitats de diversificació del creixement hotel·ler o barris com Pedralbes, idonis per acollir nous projectes i noves tipologies.

3.2.2. Vigilància i control dels allotjaments extrahotelers

- Es conegut que el "boom" turístic de Barcelona ha comportat una forta expansió de l'allotjament extrahotel·ler (apartaments turístics) i que la rapidesa del fenomen i la manca de regulació inicial, han comportat problemes de tot tipus: molèsties als veïns, frau fiscal, competència deslleial (per part dels establiments il·legals o "al·legals"), etc. Aquest fenomen es va concentrar especialment a Ciutat Vella (on hi ha un Pla d'Usos específic per tal de regular-ho) però pot estendre's, en menor o major grau, a tota la ciutat.
- Recentment s'ha dictat una sèrie de normatives tant per part l'Ajuntament de Barcelona com per part de la Generalitat de Catalunya, per tal de reconduir aquesta situació i evitar els problemes que la manca de regulació i control ha comportat, però tenint en compte que és un producte que respon a un tipus de demanda i necessitats concretes i que per tant també compleix una funció.
- Al Districte aquest tipus d'allotjament és molt escàs degut a que està molt orientat al turisme de negoci i congressos d'alta gama. A mesura que el Districte es vagi desenvolupant i diversificant turísticament, l'oferta d'aquest tipus d'establiments tindrà tendència a augmentar, adreçant-se cada cop més cap al turisme "vacacional" urbà de gamma mitja.
 - *En relació a aquest fenomen, el Districte haurà de tenir una política preventiva fent un seguiment i essent molt estricte en el compliment de la normativa, tant en el que fa referència a la seva legalització com respecte al comportament cívic dels seus usuaris. Afortunadament encara hi som a temps, ja que fins al moment no és un problema arrelat, i per tant és controlable.*

3.2.3. Política del Districte de suport i col·laboració amb el sector hotel·ler

- L'hoteleria a l'igual que el comerç, és una activitat d'alt interès des del punt de vista de la dinamització econòmica com urbanística i social, però fins al moment, a nivell de Districte (a diferència del sector comercial) no hi ha hagut una política de col·laboració institucionalitzada amb el sector hotel·ler.

- ➔ *El Districte pot contribuir a millorar les condicions de competitivitat de l'hoteleria, mitjançant un procés de diàleg permanent que permeti donar respostes a les necessitats concretes de l'hoteleria, en aspectes tals com: senyalització, accés dels passatgers i vehicles, aparcament, seguretat, informació, permisos, etc. Alhora facilitaria una millor integració i veïnatge entre hoteleria i residents al barri i permetria resoldre els possibles conflictes que es pugessin generar. Tot això dintre del marc normatiu i regulatori.*
- L'hoteleria del Districte, per la tipologia de la seva clientela (amb gran capacitat de despesa), podria ser un factor clau en el desenvolupament i promoció turística dels barris del Districte i dels negocis i activitats associades (restauració, comerç, museus, activitats de lleure, etc.) ja que l'hotel és el principal prescriptor de les activitats que els seus hostes poden realitzar durant la seva estada a la ciutat. Per tant, la facilitació a l'hotel d'aquesta funció de prescripció és clau (fulletons i mapes turístic del Districte, agenda d'activitats, etc.).
- En les entrevistes realitzades al sector hoteler amb motiu de l'elaboració d'aquest Pla, tots varen manifestar la seva predisposició a mantenir contacte permanent amb el Districte com a promotors de les activitats que s'hi realitzin, sempre que se'ls facilitin els mitjans.
 - ➔ *Es proposa per tant, que a nivell de Districte s'estableixi com a màxima prioritat la participació i col·laboració específica amb el sector hoteler, a més de la que s'estableixi mitjançant el Consell de Turisme de Districte, del qual hauria de ser un dels puntals.*

3.3. ÀMBIT RESTAURACIÓ I GASTRONOMIA

3.3.1. Cooperació i promoció de l'oferta

- Una de les línies estratègiques per a la captació de visitants a les zones turístiques del Districte és la de poder gaudir de la seva oferta gastronòmica.
- Com a la majoria dels Districtes de Barcelona, a Les Corts el visitant pot trobar una abundant oferta de restauració de tot tipus, però especialment de nivell popular i mitjà a les zones més comercials i concorregudes. Respecte a la distribució de l'oferta de restauració pels barris i zones del Districte, es poden diferenciar algunes zones que es distingeixen per una determinada concentració d'oferta, dins les quals destaquem: a cavall dels tres barris del Districte, *l'Eix de la Diagonal*, que es caracteritza per ser un eix de concentració d'oferta gastronòmica de tot tipus i nivell (popular, ràpida, tapes, alta gastronomia), afavorit per la necessitat de donar servei a la gran concentració d'activitat empresarial, professional i comercial de l'Eix comercial i de negocis, la zona del *carrer Loreto/ Avinguda Tarradellas*, a redós del nucli hoteler i de negocis, i el *Nucli Antic de Les Corts*, amb una oferta de tipus

més popular. En general l'oferta gastronòmica del Districte, està orientada al mercat local i de negocis i té poca presència en el que anomenariem mercat turístic.

- ➔ *Com a primer pas es proposa que, amb el suport del Districte, s'impulsi l'agrupació dels restauradors (dels nodes turístics més rellevants) per a prendre iniciatives de promoció de l'oferta gastronòmica, sobretot per tal d'ampliar els seus públics objectius cap als mercats turístics i lúdics. Aquesta ampliació dels seus "targets" comportaria la necessitat d'adaptació de l'oferta en temes com horaris i calendari d'obertura, idiomes d'atenció al públic, etc. En principi creiem és al Nucli Antic on és fa més evident i necessària aquesta iniciativa.*
- ➔ *A partir d'aquí cada barri o zona podria organitzar esdeveniments i iniciatives per a posicionar-lo com a un bon lloc per anar a menjar o a degustar la seva oferta gastronòmica. Per exemple: Jornades gastronòmiques, concursos de tapes, campanyes vinculades a algun producte de temporada, etc. En tot cas, és imprescindible realitzar prèviament aquest pas inicial d'autoorganització o associació per part dels propis restauradors de cada zona o barri.*

3.4. ÀMBIT COMERÇ I TURISME

3.4.1. Potenciació de la col·laboració entre Turisme i Comerç

- A Barcelona el maridatge turisme – comerç és cada dia més fort i son més evidents els seus beneficis mutus, si bé aquestes sinergies no s'estenen a tota la ciutat ni a tot tipus de comerç, ja que la concentració de la despesa turística en shopping es concentra a les zones més cèntriques i "turístiques", a l'eix que anomenem la "Shopping Line", i en determinats tipus d'establiments (moda, luxe, complements, productes singulars, etc.).
- L'oferta comercial del Districte és molt important i es concentra sobretot al potent Eix Comercial de la Diagonal que forma part de la "Shopping Line" i que, per la seva importància, li donem un tractament diferenciat.
- A més de l'Eix Comercial de la Diagonal, el Districte té altres zones comercials però més orientades a un públic local i de proximitat que, en termes generals, no són un reclam turístic "per se" i tampoc s'ubiquen a zones amb potencial turístic. És per aquest motiu que no té sentit proposar-hi aquest "maridatge" i les deixem de banda. Un cas apart és el Nucli Antic (i la part superior de l'Eix Comercial Sants - Les Corts) que per la seva condició de "node turístic" i el fet que tingui un teixit comercial "viu", l'ajuda a augmentar la seva atractivitat, que també queda reforçada per l'existència d'establiments singulars.
- Tampoc hi ha (com és lògic fins ara) una visió per part dels comerciants del Districte de considerar els mercats de turistes i visitants forans com a una font de negoci important.

Malgrat això, el comerciants del Districte entrevistats han mostrat una bona predisposició a col·laborar en iniciatives de promoció turística, ja que poden contribuir a millorar la rendibilitat d'alguns establiments amb la captació de nous clients, encara que sigui en volums limitats.

- ➔ *Sense sobredimensionar les seves possibilitats (vistes les limitacions anteriors) veiem possible i convenient establir via Districte i Associacions de Comerciants, mecanismes de promoció i col·laboració estables de forma general amb la participació del sector del comerç al Consell de Turisme de Districte i de forma específica mitjançant determinades accions conjuntes de promoció com les que es proposen més endavant.*

3.4.2. Reconeixement de la promoció dels establiments comercials d'interès turístic

A Les Corts hi trobem alguns establiments singulars amb una capacitat d'atracció que va més enllà de l'àmbit del barri, i que, a més a més, superen la definició d'establiment merament comercial, en incloure elements temàtics i expositius de gran interès per a determinats col·lectius. En aquesta categoria es trobarien establiments com la Roca Gallery o la Harley Davidson, ubicats al Carrer Joan Güell a la part superior de l'Eix Sants-Les Corts, molt propers al Nucli Antic.

- ➔ *Es tracta de distingir i promocionar (aparició en guies i fulletons, plaques de reconeixement, etc.) els establiments que per les seves característiques (antiguitat, singularitat, arquitectura, decoració històrica...), per dispensar articles de prestigi reconegut, per haver-se esforçat en la decoració (l'aparador més bonic...), etc., contribueixin a l'atractiu turístic del barri.*

3.4.3. Sensibilització i Asistència bàsica per als establiments amb potencialitat turística

- ➔ *Es tracta de, mitjançant les Associacions de Comerciants, ajudar a descobrir als comerciants les possibilitats que poden oferir els mercats turístics o forans. Això inclouria ajudar-los a tenir aquesta nova visió i donar-los suport tècnic en temes com la presentació dels productes, retolació i cartes en altres idiomes, etc.*

3.4.4. Potenciació de l'Eix Comercial de la Diagonal com a “driver” turístic

- L'Eix Comercial del Districte amb més potencial turístic és, clarament, el de l'Avinguda Diagonal, que forma part de la “Barcelona Shopping Line” i es concentra fonamentalment al vessant mar de la Diagonal (entre la Plaça Maria Cristina i el carrer Entença). Hi destaquen tres centres comercials que fan de “motor”, amb una oferta variada i de qualitat: El Corte

Inglés, L'Illa Diagonal i Pedralbes Centre, que atreuen milions de visitants i tenen una àrea d'influència que supera l'àmbit català.

- El conjunt d'aquesta oferta fa que el Districte tingui un flux important de visitants en que el motiu principal del seu desplaçament és el "shopping" i s'hi desplacen tant des de la resta de la ciutat com des de fora. Tot i així, el públic barceloní hi és majoritari i el pes dels turistes estrangers en la despesa comercial que s'hi efectua està encara molt per sota de la que es registra en districtes més cèntrics de la ciutat, com l'Eixample i Ciutat Vella. Malgrat això, l'oferta és suficientment potent i variada com per a poder-lo considerar un recurs turístic de primer nivell a potenciar.
- Un altre aspecte a considerar és que aquest gran flux de visitants de que gaudeix l'Eix de la Diagonal, gairebé no es capil·laritza a la resta del barri, malgrat la proximitat del Nucli Antic.
 - ➔ *El que es proposa és, per una banda, potenciar la captació de turistes cap al node comercial de la Diagonal amb mesures tals com disposar d'una parada de bus turístic a la proximitat i per altra banda, fer que l'Eix Comercial de la Diagonal actuï com a "driver" per a estimular les visites a les zones i barris veïns, especialment al Nucli Antic de Les Corts. Les actuacions urbanístiques previstes a la zona (Pla Especial carrer Europa-carrer Anglesola) van en aquest sentit. Aquestes mesures haurien de ser reforçades amb una bona senyalització i amb una dinamització de l'activitat comercial als carrers i places del barri.*

3.5. ÀMBIT OFERTA COMPLEMENTARIA

3.5.1. Incorporació de les entitats generadores i acollidores de reunions i esdeveniments en la política de promoció turística del Districte

- El Districte té uns grans "drivers" generadors de fluxos turístics especialitzats que, pel seu volum i característiques, han de ser objecte d'especial atenció. Ens referim per una banda, a les institucions i empreses generadores de Turisme de Reunions (congressos, convencions, jornades, etc.) que tenen una gran implantació al Districte: Universitats (UPC, UB), Escoles de Negocis (IESE, ESADE), Parc Científic, seus de grans corporacions (Eix de Negocis de la Diagonal), i per altra banda, als grans equipaments destinats a acollir les reunions: Palau de Congressos de Catalunya, Auditori AXA, Campus Universitari, FC Barcelona, hotels amb sales de gran capacitat, etc.
- La seva importància ve donada no solament pels fluxos que generen de turistes i visitants capaços de realitzar un gran nivell de despesa, sinó també per la *projecció mediàtica* que aquests esdeveniments comporten i, per tant, poden ser un mitjà molt potent i alhora econòmic, per a promocionar turísticament el Districte.

- ➔ *Es proposa per tant, dins la política de turística del Districte, incorporar aquestes entitats al Consell de Turisme de Districte i a més, estudiar accions concertades de promoció turística dels barris més propers amb ocasió de la realització de Reunions, Convencions i Esdeveniments als establiments i equipaments ubicats al Districte.*

3.5.2. Els esdeveniments esportius com a mitjà per a promocionar turísticament el Districte

- Una de les característiques del Districte és que acull una sèrie d'entitats i instal·lacions esportives que constitueixen una font generadora d'esdeveniments esportius, una gran part dels quals de projecció internacional. A més del FC Barcelona i totes les seves seccions esportives liderades pel futbol, hem de destacar el Reial Club De Tennis Barcelona i el Reial Club de Polo.
- La importància d'aquest fet des del punt de vista turística, és doble:
 - Per las característiques dels fluxos turístics que generen, amb un gran valor afegit i amb un elevat nivell de despesa (esportistes, acompanyants, espectadors, sponsors), de curta durada i gran intensitat i concentració en l'espai i el temps, el qual requereix una adequada gestió per tal d'evitar els inconvenients de les possibles sobrecàrregues del Sistema Turístic del Districte, mantenir un bon nivell de qualitat en tots els serveis i evitar incompatibilitats amb altres mercats turístics i amb els residents locals.
 - Per l'impacte i projecció mediàtica que generen i, per tant, per les oportunitats de "posar al mapa" i promocionar els llocs que els acullen: les zones o nodes d'interès turístic del Districte.
- ➔ *Atenent a aquesta realitat, proposem que el Districte aprofiti aquest gran avantatge competitiu per a projectar i donar notorietat als seus nodes turístics, mitjançant una estratègia específica destinada a aprofitar el gran impacte mediàtic d'aquests esdeveniments. Es proposa a més, incorporar aquestes entitats al Consell de Turisme de Districte per poder optimitzar turísticament de forma concertada, els efectes d'aquests grans esdeveniments.*

3.6. ÀMBIT URBANISME I ESPAI PÚBLIC

3.6.1. Execució i compliment dels Plans i Actuacions Urbanístiques que tenen especial incidència en el desenvolupament turístic

- Avui en dia podem considerar, en termes generals, que urbanísticament el Districte està “acabat”, en el sentit que no es preveuen grans actuacions, amb l'excepció dels següents projectes, que tenen o poden tenir especial incidència en el futur turístic del Districte:
 - *El Projecte del FC Barcelona, l'anomenat “Pla del Barça”, que després de moltes polèmiques i alternatives està aturat i del qual resta definir tant el seu mix d'usos com el seu lay-out. Per la seva magnitud, i en funció del que es decideixi, tindrà un gran impacte al barri de La Maternitat i Sant Ramon. Evidentment també en funció del que es proposi, tindrà un gran impacte en la capacitat d'atreure visitants i turistes.*
 - ➔ *El Districte, a més de vetllar per la seva compatibilitat amb les necessitats dels veïns, hauria de vetllar perquè en el seu disseny i pla d'usos, incorpori criteris orientats a potenciar el seu rol de “driver” o dinamitzador turístic dels nodes turístics del Districte i generi beneficis econòmics i socials en el teixit empresarial que l'envolta.*
 - *El Pla Especial Carrer Europa - carrer Anglesola, en procés d'execució, potser és el projecte de més immediata transcendència urbanística, comercial i turística. Afecta els terrenys que hi ha entre l'Illa Diagonal i el Nucli Antic de Les Corts. Aquest projecte ha de permetre vincular el potent Eix Comercial de la Diagonal amb la part de major interès del Nucli Antic (al voltant de la Plaça Concòrdia) que, a més de dinamitzar el Nucli Antic, també permetrà una millor connexió entre l'Eix Comercial de la Diagonal i l'Eix Comercial de Sants – Les Corts. El Pla, a més dels usos comercials, preveu usos d'habitatges, equipaments socials (CSS), escola bressol i institut d'ensenyament secundari. Actualment ja estan en marxa algunes actuacions, però encara queden per resoldre algunes expropiacions i la definició del projecte arquitectònic d'algunes peces del Pla.*
 - ➔ *El Districte haurà d'estar especialment atent als següents punts:*
 - *Que el procés d'implementació (que es preveu que serà complex) es faci sense retards.*
 - *Que els passos i carrers de vianants que han de connectar la Diagonal (via Plaça Valdivia i Jardins Ferran Soldevila) amb el Carrer Segalar, i aquest últim amb el Carrer Anglesola, tinguin un disseny de detall atractiu, còmode i que convidi als vianants a passejar-hi i a entrar al Nucli Antic.*

- *Que els baixos dels edificis d'habitatges previstos es destinin a usos comercials i de restauració, amb l'objectiu de donar vitalitat i animació a aquests vials, amb la qual cosa es generaria una línia de continuïtat entre l'Eix Comercial de la Diagonal i el Nucli Antic.*

3.6.2. Política preventiva i pro-activa de manteniment i millora de la qualitat de l'espai públic

- El manteniment de la qualitat de l'espai públic en termes de *seguretat, neteja, qualitat ambiental, nivell de soroll i congestió / aglomeracions*, és un factor clau en la sostenibilitat i competitivitat d'una destinació turística, tant pel que fa a assegurar la qualitat de l'experiència turística al visitant com per a evitar problemes d'incompatibilitat o rebuig per part de la població local per conseqüències indesitjades de l'activitat turística.
- Generalment el desenvolupament de l'activitat turística comporta usos més intensius de l'espai públic, ús que és compartit amb els propis residents locals. Si no hi ha una política preventiva es pot produir un deteriorament de les condicions d'ús d'aquest espai públic, deteriorament que afectarà negativament a la pròpia activitat turística i a la qualitat de vida dels residents locals.
- Actualment, i en termes generals, els carrers i places dels principals nodes turístics del Districte, no presenten problemes pel que fa a seguretat, neteja, sorolls, contaminació ambiental i massificació, que puguin condicionar negativament el desenvolupament turístic, amb excepció dels següents ítems:
 - La presència de petits delinqüents ("carteristes") especialment al voltant de les instal·lacions del FC Barcelona, atrets per la concentració de fluxos de turistes que es generen en aquest punt i que, en molt casos, són delinqüents reincidents.
 - L'oferta de prostitució en les hores nocturnes, principalment a l'Avinguda Joan XXIII i Dr. Marañón, (propers al Camp Nou) i als carrers Torre Melina i Albert Bastardes (propers a l'Hotel Juan Carlos I) que, si bé no és directament un problema de seguretat, constitueixen un factor de degradació i "desertització" d'aquests espais urbans.
- ➔ *En principi, a curt i mitjà termini i donada l'Estratègia de Desenvolupament proposada, aquest desenvolupament turístic no hauria de comportar el deteriorament d'aquesta situació, en termes generals favorable. Tot i això, el Districte hauria de tenir una actitud preventiva i pro-activa per actuar sobre aquests punts conflictius, especialment pel que fa a un augment de la petita delinqüència atreta pel desenvolupament turístic. De forma que, quan apareguin indicis de deteriorament d'algun d'aquests factors, el Districte pugui actuar immediatament,*

abans que les situacions conflictives s'enquistin i consolidin, ja que llavors és molt més difícil actuar i corregir la situació.

3.7. ÀMBIT ACCESSIBILITAT, MOBILITAT I SENYALITZACIÓ

- En termes generals el Districte té unes molt bones condicions d'accessibilitat turística, tant respecte a les principals "portes d'entrada" a la ciutat (Diagonal, Rondes, Aeroport i Estació de Sants) com respecte a les "àrees de concentració turística i hotelera" (el Districte també té una important concentració hotelera). Pel que fa a la mobilitat interna, en general és bona, però presenta alguns problemes de discontinuïtats en els desplaçaments a peu entre els seus nodes, a causa de que alguns recorreguts són massa llargs o transcorren per zones poc "animades" o sense atractius rellevants.
- La infraestructura d'accessibilitat motoritzada al Districte és molt bona, tant en relació amb la resta de la ciutat com amb l'exterior, ja que les principals vies d'entrada i sortida a la ciutat de Barcelona creuen el Districte. La seva trama urbana, un urbanisme ordenat amb carrers amples (excepte al Nucli Antic) arranjats i sense dificultats orogràfiques destacables i amb abundància de places d'aparcament, facilita l'accessibilitat motoritzada, tant en automòbil com en bus o autocar.

3.7.1. Priorització del Metro com a una de les principals vies i portes d'accés als principals nodes turístics del Districte

- El metro i / a peu, són els mitjans més utilitzats per als desplaçaments dels turistes a Barcelona (65%). El bus turístic també té un nivell d'utilització significativa (6,5%) mentre que la resta de mitjans de transport tenen molt poca rellevància.
- En primer lloc, hem de dir que el Districte reuneix *bones condicions per als desplaçaments "a peu"* (que és el mode de desplaçament més utilitzat pel turista a Barcelona), ja que és a prop d'una de les zones de la ciutat més importants turísticament (l'Eixample). Té un urbanisme ordenat i sense grans pendents i la Diagonal és un element de connexió de primera qualitat, que a més, actua com a recurs turístic "per se".
- Pel que fa *al metro el panorama és en general positiu*, ja que aquest és un mitjà molt utilitzat tant pel turista com per l'excursionista i el Districte està ben comunicat amb la xarxa de metro i amb perspectives de que aquesta connexió millori. La Línia 3 té actualment quatre estacions al Districte, tres al tram superior de la Diagonal (Zona Universitària, Palau Reial i Maria Cristina) i una altra propera al Nucli Antic (Les Corts). La Línia 5 també té una estació al límit del Districte amb Sants (Plaça del Centre). L'entrada en servei de la L9 -actualment en construcció- contribuirà molt a millorar l'accessibilitat en metro al Districte

- ➔ *El metro ha continuar ser l'element clau per l'accessibilitat turística al Districte, amb el qual i amb concertació amb Ajuntament de Barcelona, Transports Metropolitans de Barcelona i Turisme de Barcelona, s'han d'impulsar accions per potenciar-lo a la captació de turistes i visitants, amb les següents directrius:*
- ➔ *Definir les Estacions de Metro que han de tenir un paper estratègic i potenciar-les com a "portes d'entrada". La proposta que hem fet en aquest Estudi i que recomanem és la següent:*
 - ❖ Node Eix Comercial de la Diagonal+ Nucli Antic: Estacions L3 "Maria Cristina" i "Les Corts"
 - ❖ Node Plau Reial: Estació L3 "Plau Reial"
 - ❖ Node FC Barcelona – Recinte Maternitat: Estació L3 "Plau Reial". A futur L9: Estació "Camp Nou"
 - ❖ Node Plau de Congressos – Hotel Juan Carlos I- Parc de Cervantes: Estació L3 "Zona Universitària" A futur: Estació de la L9
- ➔ *Fer que el turista quan arribi, s'hi trobi perfectament orientat i informat mitjançant panells informatius (planells i fotos) dels recursos i dels itineraris turístics del node i del Districte i considerar ubicar dispensadors de tríptics o fulletons de baix cost al costat dels panells informatius. També es podria considerar eventualment, en el cas d'ocasions especials, reforçar amb informadors turístics (professionals o voluntaris).*

3.7.2. Potenciació del Tramvia alhora com a sistema de transport i com a atracció turística

- Hem de destacar un fet especialment positiu per al Districte, que és el disposar d'un mitjà de transport que recorre tot l'eix de la Diagonal, que és alhora mitjà de transport i atracció turística, i que ja està sent molt utilitzat pels turistes, ja que els permet desplaçar-se còmodament i alhora gaudir i descobrir una de les avingudes més atractives de la ciutat sense problemes d'orientació.
- ➔ *S'han d'impulsar accions conjuntament amb la companyia de tramvia, per una banda per a facilitar el seu ús per part del turista i per altra, per a donar a conèixer els atractius turístics del Districte, i tant a les parades com a l'interior dels vagons, amb informació orientativa i informativa en diversos idiomes (missatges parlats, panells, fulletons, etc.). És d'especial importància la parada d'inici de línia a la Plaça Francesc Macià.*

3.7.3. Propostes per a millorar el paper del bus turístic com a dinamitzador de determinades zones o barris del Districte

- Un element molt favorable respecte a l'accessibilitat i mobilitat turística és que el Bus Turístic, tant el bus turístic de Turisme de Barcelona com el City Bus (privat), té una

important presència al Districte, amb uns recorreguts que passen pels seus principals eixos i parades a les atraccions més rellevants. Tot i això, el bus turístic de Turisme de Barcelona (línea vermella) no té cap parada intermèdia a la Diagonal, entre el Museu del “Barça” i la Plaça Francesc Macià, i per tant queda desatès un node tan important com és l'Eix Comercial de la Diagonal i de retruc el Nucli Antic.

- ➔ *Cara a dinamitzar turísticament a aquesta zona seria convenient estudiar la possibilitat d'incorporar-hi una parada intermèdia a la zona de l'Eix Comercial de la Diagonal.*
- ➔ *Un altre element a considerar, seria la revisió de les informacions i missatges que es donen des del bus turístic, per tal de fer-los coherents amb l'Estratègia de Posicionament de cadascun dels principals nodes turístics del Districte.*

3.7.4. Definició i priorització d'itineraris turístics

- ➔ *Definir i prioritzar uns itineraris turístics fàcilment comprensibles que permetin enllaçar a peu de forma atractiva, còmoda i segura els principals atractius turístics. Aquest és el principal repte que haurà d'afrontar el Districte, doncs ja hem vist al capítol corresponent que els problemes de connectivitat entre recursos i nodes són importants. Les actuacions per pal·liar-ho són mitjançant la senyalització i actuacions urbanístiques de detall. En tot cas, en primer lloc s'han de definir aquests itineraris de connexió. En aquesta definició les aportacions dels tècnics responsables de producte de Turisme de Barcelona poden ser molt valuoses, sobretot per a treure lliçons de l'experiència (metro walks, itineraris turístics a peu per la ciutat, etc). Els que assenyalem en aquest Estudi a títol orientatiu com a prioritaris, serien:*
 - *Tot l'Eix de la Diagonal, que és el gran element articulador i de connexió turística dels principals nodes del Districte, i respecte a la resta de la Ciutat.*
 - *Els itineraris turístics de connexió preferents serien:*
 - Enllaç entre el Node Palau Reial – Node FC Barcelona - Recinte Maternitat:
 - ❖ Via Avinguda Martí i Franquès
 - Enllaç entre Museu FC Barcelona – Masia Barça – Recinte Maternitat:
 - ❖ Via Avinguda Joan XXIII
 - Enllaç Recinte Maternitat – Nucli Antic de les Corts:
 - ❖ Via Carrer Mejia Lequerica-> Carrer Dolors Masferrer-> Plaça Comas-> Carrer del Remei → Plaça Concòrdia
 - Enllaç Nucli Antic de Les Corts – Eix Comercial de la Diagonal:
 - ❖ Actualment: Carrer Joan Güell
 - ❖ A futur: Pels nous vials del Pla Especial Carrer Europa – Carrer Anglesola

Aquestes actuacions sobre itineraris preferents permetria articular un recorregut circular que uniria: Palau Reial->FC Barcelona-> Recinte Maternitat-> Nucli Antic de Les Corts-> Eix Comercial de la Diagonal-> Palau Reial

- *Per al node del Monestir de Pedralbes l'itinerari preferent de connexió seria amb el Node del Nucli Antic de Sarrà (Via Passeig Reina Elisenda) i com a porta d'entrada l'estació de FGC del mateix nom.*

3.7.5. Elaborar i implementar un Pla de Senyalització Turística de Districte

- La senyalització és un element molt important ja que incideix en la accessibilitat i mobilitat dels visitants i en la forma en que es gaudeix de l'experiència turística.
 - Degut a que l'accessibilitat i mobilitat dominant per part dels turistes i visitants es farà en metro, tramvia i a peu, és aquest tipus de senyalització a la qual fem referència.
 - A Les Corts, l'escassa distància que separa alguns dels principals punts d'interès turístic i la relativa facilitat de connexió entre aquests nodes per part d'un visitant que es desplaci a peu, fa que la senyalització jugui un paper clau en l'aprofitament dels recursos turístic del Districte.
 - En termes general, la senyalització adreçada al visitant presenta importants mancances al Districte, amb un clar predomini de la senyalització per a vehicles i molt limitada o inexistent per als vianants. En aquest últim cas no té en compte les necessitats del turista o visitant forà
- ➔ *Es proposa elaborar un Pla de Senyalització Turística del Districte que tingui en compta el següents criteris:*
- *Senyalització informativa: Que s'ubica a les "portes de entrada" i principals atraccions turística (panells, plafons o cartells) i permet al visitant situar-se i conèixer el que pot trobar. Actualment és molt escassa, si exceptuem la que hi ha, amb un enfocament exclusivament dirigit al Eixos Comercials. Es tindrien que integrar les dues senyalitzacions i les llegendes explicatives tindrien que contemplar tres idiomes: català, castellà, anglès.*
 - *Senyalització orientativa: Que des de les portes d'entrada ha de orientar de forma clara al turista i visitant cap als recursos o punts d'interès més importants, és a dir la que ha de marcar els itineraris turístics. La situació també és deficient tal com s'analitza al capítol corresponent de la Diagnosi, ja que si be hi ha barris o zones que tenen senyalització vertical per a vianants (Pedralbes, Nucli Antic, Diagonal, etc.) i que l'orienten cap els punts d'interès, ho fan però amb un enfocament més*

pensat per als residents (serveis administratius, de salut, etc.) que per al turista. Una solució podria ser incorporar la senyalització dels punts d'interès turístic als mateixos suports verticals, però diferenciant el color de la banderola, és a dir utilitzant el color marró Pantone 469, que es l' internacionalment reconegut per a la senyalització turística. Això permetria diferenciar-la fàcilment d'altres tipus d'informació (en color blau marí) adreçades al ciutadà resident, sense necessitat de duplicar els suports ni saturar l'espai públic amb excés de senyalització.

- Senyalització informativa / interpretativa: *La que dona informació de l'element o recurs i permet comprendre el que significa o representa. Aquest tipus d'informació és també molt escassa o inexistent inclús en els recursos més emblemàtics.*

Aquest Pla de Senyalització es tindria que elaborar en estreta col·laboració entre el Districte i altres institucions municipals que tenen competències, responsabilitat o incidència (Mobilitat, Cultura, TMB, Turisme de Barcelona) tenint en compte a més, que aquests Plans de Senyalització Turística de Districte, no poden ser independents, sinó que ha d'estar normalitzats i coordinats a nivell municipal.

3.8. ÀMBIT PROMOCIÓ I COMUNICACIÓ TURÍSTICA

- Es fa evident que els barris i Districtes de Barcelona formen part del que anomenem “Destinació Barcelona” i que s'aixopluguen sota aquesta marca, i per tant ha de ser el *Consorti Turisme de Barcelona*, com a responsable de definir i executar el marketing turístic de la ciutat, el que s'encarregaria de la promoció, comunicació i suport a la comercialització turística dels atractius del Districte, ja que no tindria sentit fer-ho de forma independent. Només té sentit fer directament des del Districte, algunes accions promocionals i comunicacionals a nivell local i molt específic.
- Això no vol dir que el Districte es desentengui d'aquest àmbit sinó que hauria de seguir les següents línies d'actuació:

3.8.1. Establiment de mecanismes de coordinació i cooperació amb Turisme de Barcelona

- ➔ *Es tracta de que el Districte pugui fer arribar les seves propostes a Turisme de Barcelona, per tal que aquesta institució les pugui incorporar a les seves plataformes promocionals i comunicacionals: publicacions, web, guies, planells promocionals, propostes de nous productes, etc. Hem de destacar el paper d'assistència i guia que Turisme de Barcelona hauria de tenir en relació a l'elaboració d'aquestes propostes,*

especialment pel que fa la incorporació de les TIC's en la promoció turística del Districte, degut al coneixement i experiència que té en l'aplicació de aquestes tecnologies.

Per a que aquestes propostes puguin ser incorporades, han de ser viables i coherents amb l'Estratègia de Marketing i amb la Política Turística de la ciutat. És per això que creiem que la Direcció de Promoció Territorial i Turisme (Àrea Municipal de Promoció Econòmica), responsable de la governança del turisme a nivell municipal, també hi ha de jugar un paper determinant.

3.8.2. Accions promocionals directes per part del Districte

Tal com hem dit abans, el gruix de les activitats promocionals correspon a *Turisme de Barcelona*, si bé també considerem que el Districte podria realitzar de forma directa algunes accions promocionals i de comunicació d'abast més local, seguint una estratègia clara i focalitzada que eviti una dispersió de les actuacions i optimitzi els recursos. A títol orientatiu, entre les possibles accions en matèria d'edició de material promocional que el Districte podria realitzar de forma directa, tindriem:

- ➔ Edició d'un mapa de distribució massiva (hotels, centres comercials, palaus de congressos, estacions de metros, museus etc.) en forma de blocs de fulles DIN A3 amb un cost unitari molt baix, que ofereixi la informació turística bàsica i fàcilment comprensible, que es pot plegar i posar a la butxaca. S'haurien de considerar incloure al menys 3 idiomes (català, castellà i anglès).

Un bon punt de partida és l'actual plànol que, com a guia comercial, turística i de serveis, edita el Districte en forma de fulletó desplegable.

- ➔ Edició d'una única guia turística pràctica de butxaca (aprox. 20 x 11 cm) amb planells, propostes d'itineraris, informació d'interès dels principals recursos, etc, amb un enfocament turístic, és a dir prioritzant els itineraris i nodes proposats en el Pla. El model de referència podria ser el Plànol Guia de Barcelona que edita en diversos idiomes Turisme de Barcelona.

L'Ajuntament de Barcelona va editar unes guies de butxaca en forma d'itineraris temàtics per al Districte de Les Corts (Espais Verds, Arquitectura Contemporània, Patrimoni Històric) amb un enfocament més pensat per al barceloní que per al turista, però que poden servir de base. Es tractaria de fer una única guia de tipus general adreçada al turista i en diversos idiomes.

- ➔ Edició d'una agenda d'activitats culturals, turístiques i cíviques, al menys en 3 idiomes. Per a ser distribuïda massivament de la mateixa manera que el plànol guia en hotels,

restaurants, comerços, centres culturals i cívics, museus i atraccions turístiques, dispensadors del metro, etc.

Una de les claus d'èxit és assegurar la distribució d'aquestes publicacions als llocs d'interès. És molt freqüent que es facin bones publicacions, però no que arribin als llocs estratègics (hotels, centres comercials, etc.) per a poder ser distribuïdes als potencials usuaris o públic objectiu.

3.8.3. Accions de Marketing Intern

- ➔ *Es en aquest tipus d'accions on el Districte ha de tenir un protagonisme total en la seva execució. Ens referim a accions de sensibilització i comunicació adreçades als residents i entitats del propi Districte per aconseguir la seva implicació en el procés de desenvolupament turístic del Districte. Es configuren dues tipologies de destinataris:*
 - *L'acceptació i implicació per part de la pròpia comunicat local és de gran importància per a l'èxit dels Plans de Turisme, per dues raons: perquè tingui una actitud positiva (hospitalària) respecte al fenomen turístic i al turista, i per a estimular l'emprenedoria i l'orientació professional cap a aquest sector. No tenen costos addicionals significatius ja que es poden emprar els mitjans de comunicació habituals que utilitza el Districte per a comunicar-se amb els seus veïns. Butlletins de Districte, Consells de Barri, etc.*
 - *Per altra banda, la necessitat d'estimular la participació activa dels actors rellevants (hotelers, restauradors, comerç, institucions culturals, museus, centres de convencions, entitats esportives etc.) que configuren la cadena de valor del producte turístic és crucial, i per això es necessita d'una política específica de comunicació per aquest sector professionals, perquè s'impliquin en el procés, tant mitjançant la participació en el Consell de Turisme del Districte com en les iniciatives concretes de desenvolupament o promoció de productes. Aquí la figura dels Tècnics del Districte és cabdal per a aquesta tasca, complementada amb comunicats o newsletters periòdics (via mail) o reunions o tallers sectorials. És una tasca que no comporta gran despesa econòmica però en canvi requereix una gran dedicació i professionalitat.*

4. ANNEXOS

4. ANNEXOS

4.1. Agraïments

ROS D&P vol agrair especialment a totes les persones que han col·laborat activament durant el procés d'elaboració del Pla de Turisme del Districte de Les Corts:

AJUNTAMENT DE BARCELONA

<i>Joan Torrella</i>	Director de Promoció Territorial i Turisme. Ajuntament de Barcelona
<i>Xavier Suñol</i>	Promoció Territorial i Turisme. Responsable del Projecte.
<i>Mercè Gràcia</i>	Promoció Territorial i Turisme
<i>Alba Vidal</i>	Serveis Generals i Coordinació Territorial.
<i>Issac Aparicio Verdoy</i>	Institut Municipal d'Informàtica. Gestió de la Informació de base i Cartografia
<i>Montserrat Rivero</i>	Àrea de Medi Ambient. Gerent del Pla Estratègic del Verd

DISTRICTE DE LES CORTS

<i>Gemma Arau Ceballos</i>	Gerent de Districte
<i>Ana Montesinos</i>	Directora de Serveis de Territori
<i>Flora Torrents Sesé</i>	Tècnica de barri de Les Corts
<i>Marta Rubio Alcañiz</i>	Comissionada per al Portal del Coneixement
<i>Albert Bassas Parcerisas</i>	Director de Llicències i Espai Públic
<i>Ramón Marqués</i>	Cap de Serveis Tècnics
<i>Pilar de Luna Polo</i>	Cap del Departament de Comunicació

AGENTS EMPRESARIALS I SOCIALS DEL DISTRICTE

<i>Ratt Fenech</i>	Pedralbes Centre. Directora
<i>Nathalie Naval</i>	Roca Barcelona Gallery. Directora
<i>Jordi Penas i Babot</i>	Museu FC Barcelona. Director
<i>Gerard Cutal</i>	L'Illa Diagonal. Gerent
<i>Roberto Torregrossa</i>	Husa Hoteles. Cap Zona 5* (Hotel Juan Carlos I)
<i>Primo Muñoz</i>	Cadena Hilton. Director General España
<i>Jorge del Olmo</i>	Espacio Harley Davidson BCN
<i>Rubén Martín</i>	Hotel Senator. Director
<i>Ana Castellanos</i>	Museu Història de la Ciutat de Barcelona. Directora Museu Monestir Pedralbes
<i>Jordi Mateu</i>	Hotel Princesa Sofia. Director

AGENTS EMPRESARIALS I SOCIALS DE BARCELONA CIUTAT

<i>Salvador Albuixech</i>	Vice-President Fundació Barcelona Comerç
<i>Manel Casanovas</i>	Turisme de Barcelona. Responsable Barcelona Gastronomia
<i>Marisa López</i>	Turisme de Barcelona. Programa Barcelona Gastronomia
<i>Santi Pagès</i>	Turisme de Barcelona. Responsable Barcelona Shopping Line
<i>Monica Terol</i>	Turisme de Barcelona. Responsable Productes
<i>Manel Casals</i>	Gerent Gremi d'Hostels de Barcelona
<i>Joana Homs</i>	Adjunta a Director General de Turisme de Barcelona

4.2. Bibliografia de referència

BIBLIOGRAFIA SOBRE EL DISTRICTE DE LES CORTS

- Pla d'Actuació de Districte (PAD) Les Corts 2008-2001
Informe de l'estat d'execució del PAD Les Corts 2008-2011. 1º Semestre 2010
Coneguem Les Corts: La indústria a Les Corts
Coneguem Les Corts: La població de Les Corts
Coneguem Les Corts: El Monestir de Pedralbes
Coneguem Les Corts: El nucli antic de Les Corts Velles
Coneguem Les Corts: El nucli antic Les Corts Noves
Coneguem Les Corts: Els transports i la mobilitat a Les Corts
Les Corts i el Barça: Vuitanta-cinc anys d'història compartida
La Maternitat i Sant Ramon: Desenvolupament urbà d'un barri de les Corts
La Casa de Maternitat i Exposits
Itineraris Les Corts: Els espais verds
Itineraris Les Corts 2: El pas a la modernitat
Itineraris Les Corts 1: Des de l'època medieval fins al segle XIX
Les Corts. Barcelona. Carnet de Voyage
Actuacions al barri de La Maternitat i Sant Ramon del Districte de Les Corts 2008-2011
Actuacions al barri de Les Corts 2008-2011
Districte de Les Corts. Guia comercial i turística
Plànol guia de L'Illa Diagonal
- Districte de Les Corts
Districte de Les Corts. Jul 2010
Mercè Tatjer i Antoni Vilanova i Omedas .2003
Armand Güell i Núria Almirall. 2007
Anna Castellano Tresserra. 2003
Mercè Tatjer i Antoni Vilanova i Omedas .2000
Mercè Tatjer i Antoni Vilanova i Omedas. 2001
INTRA, S.L. 2009
Manuel Tomás i Berenguer 2007
Lluís Bou i Roura 2009
Raül Aguilar, Montserrat Carbonell, Eva Gimeno 2004
Lluís Bou i Roura 2006
Lluís Bou i Roura 2005
Lluís Bou i Roura 2005
Juliet Pomés Leiz 2010
Districte de Les Corts 2011
Districte de Les Corts 2011
Districte de Les Corts 2011
Districte de Les Corts 2011
L'Illa Diagonal 2011

BIBLIOGRAFIA GENERAL SOBRE LA CIUTAT DE BARCELONA

- Informe: Anàlisi del sector de l'Al·lotjament turístic
Informe: Recull de dades específiques Comissió Al·lotjament
Quantificació del Nombre de visitants de la ciutat de Barcelona
Informe: Recull de dades específiques per la Comissió de Restauració
Informe: Recull de dades específiques Comissió La Barcelona dels Districtes
Informe: Recull de dades Turisme i Territori: La Barcelona dels Districtes
Informe: Recull de dades generals sobre el turisme i la ciutat
Estadístiques de Turisme a Barcelona
Informe: Anàlisi de l'opinió publicada als mitjans escrits. Curs 2008-2009
Estudi de la Imatge de Barcelona en els mercats emissors.
Estudi Imatge i Posicionament turístic de Barcelona a les xarxes socials i operadors turístics
Informe: El producte Barcelona a les webs, guies de viatge i operadors turístics
Estudi d'Opinió a la ciutadania. Baròmetre: la percepció del turisme a Barcelona.
- Estudi d'opinió a col·lectius interns i externs.
Memòria Estratègica del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona
Programa d'Actuació Municipal 2008-2011. Barcelona
El desenvolupament econòmic de proximitat a Bcn. Marc d'actuacions i mesures 2010
Anàlisi de la mobilitat turística de la ciutat de Barcelona
Estudi El turisme a la ciutat de Barcelona. Anàlisi Ambiental
Estudi de l'impacte econòmic de l'activitat turística a Barcelona.
Projecte de Mesura de Govern. Els Barris de Barcelona
Modificacions normatives per regular el Consell de Barri
Pauta organitzativa dels Districtes.
- Pla Estratègic de Cultura de Barcelona
Barcelona Insòlita
Barcelona sense presses
- Oficina PET BCN 2015 Set.2009
Oficina PET BCN 2015. 2008- 2009
Tea Cegos Consultur. 2009
Oficina PET BCN 2015. 2008/2009
Oficina PET BCN 2015. 2008/2009
Oficina PET BCN 2015. Feb 2010
Oficina PET BCN 2015. Abr 2009
Turisme de Barcelona. 2007/2008/2009
Oficina PET BCN 2015. Jul 2009
Oficina PET BCN 2015. Jul 2009
Multipluca. Jul 2009
Oficina PET BCN 2015. Set 2009
GESOP (Gabinet Estudis Socials i Opinió Publica)
Jul 2009
Oficina PET BCN 2015. Jul 2009
Ajuntament de Barcelona. 2009
Ajuntament de Barcelona. 2008
Ajuntament de Barcelona. 2010
DOYMO. 2010
Mcrit. Set. 2010
Grup Recerca AQR-UB. Jun 2010
Ajuntament de Barcelona
Aj. Barcelona. S. Generals i Coordinació Territorial
Gaseta Municipal de BCN N° 10 30-3-2009 pag. 860
Ajuntament de Barcelona. 2006
Neus Bergua. 2010
Isabel de Villalonga. 2009