

Fase de diagnosi i proposta estratègica del Pla estratègic de turisme de la ciutat de Barcelona

Dictàmen: 1a fase

21 de desembre del 2009

ÍNDEX

1. Antecedents: elaboració del Pla estratègic de turisme.....	3
2. Pla de treball de la Comissió de Treball del Consell de Ciutat.....	4
3. Valoracions i recomanacions de caràcter general del Consell de Ciutat.....	5
4. Valoracions i recomanacions de caràcter particular del Consell de Ciutat.....	7
➤ Respecte a la governança del turisme	
➤ Respecte als aspectes econòmics del turisme	
➤ Respecte als aspectes socials del turisme	
➤ Respecte als aspectes territorials del turisme	
➤ Respecte al turisme a Ciutat Vella	

1. Antecedents: elaboració del Pla estratègic de turisme

L'Ajuntament de Barcelona i el Consorci de Turisme de Barcelona, amb una clara voluntat de reflexió compartida sobre el turisme, han impulsat l'elaboració del Pla estratègic de turisme de la Ciutat de Barcelona, engegant un procés de reflexió en l'horitzó 2015 sobre el model de turisme a la ciutat. Aquest procés pretén definir les futures estratègies d'actuació necessàries per mantenir o incrementar l'interès dels ciutadans, els sectors econòmics, les institucions, els visitants i els turistes. Alhora, el Pla vol implicar positivament la ciutadania en el projecte turístic de Barcelona, en la mesura que pretén construir les bases d'un model turístic que potenciï l'equilibri entre els residents i els visitants, tot preservant els valors d'identitat de la ciutat i de convivència. A la vegada, el Pla estratègic establirà les actuacions que hauran de dur a terme els diferents agents públics i privats que incideixen en el sector turístic de la ciutat, per tal de garantir la sostenibilitat i continuïtat de l'èxit en el futur.

Entre l'octubre del 2008 i el juliol del 2009 ha tingut lloc la primera fase de treball impulsada per l'Oficina del Pla Estratègic de Turisme. En aquest període s'ha elaborat la *Diagnosi estratègica*, que ha permès obtenir les principals dades que incideixen, directament o indirectament, en l'objecte del Pla estratègic, i recollir les opinions d'un ventall de més de cinc-centes persones que han participat en el conjunt d'espais de participació que el Pla ha posat en marxa. Durant els mesos d'abril i maig del 2009 s'han celebrat 11 comissions de treball, en les quals han participat membres del Consell de Ciutat. Les comissions de treball han reunit més de dues-centes cinquanta persones representatives de la diversitat de sectors empresarials, institucions i organitzacions de caire econòmic, social i polític de Barcelona i del país. A més, l'Oficina del Pla Estratègic de Turisme ha elaborat el document *Proposta estratègica*, com a pont entre la primera fase de diagnosi i la segona fase de treball. Aquest document parla de forma esquemàtica del model de ciutat, del model turístic i dels principals reptes de futur.

La segona fase de treball, que està previst que finalitzi el juliol del 2010, desenvoluparà la visió i els objectius en l'horitzó 2015, els programes i els plans d'actuació, i el sistema d'indicadors i el model de seguiment.

2. Pla de treball de la Comissió de Treball del Consell de Ciutat

La constitució de la Comissió de Treball se situa en el marc del document estratègic *Consell de Ciutat: rol, organització i línies de futur*, que atorga al Consell de Ciutat «un rol determinant i qualificat en el debat sobre els grans temes de la ciutat i en la definició de les polítiques públiques». Així mateix, en les sessions de la Comissió Permanent del Consell (del 5 de novembre del 2008, 18 de març del 2009 i 29 d'abril del 2009), es va aprovar l'Agenda Temàtica 2009-2010, que inclou el turisme com a àmbit de treball, la creació d'una Comissió de Treball i els/les membres del Consell que en formaran part.

El desembre del 2008, el coordinador del Pla estratègic de turisme, el Sr. Enric Truñó, va presentar els objectius, la missió i l'esquema de treball del Pla a la Comissió Permanent del Consell de Ciutat.

El més d'octubre del 2009 es va constituir la Comissió de Treball per al Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona del Consell de Ciutat, i es va aprovar el pla de treball. Entre l'octubre i el desembre del 2009, la Comissió va fer cinc sessions de treball per tal d'elaborar el dictamen sobre la primera fase, la fase de diagnosi i la proposta estratègica del Pla, que haurà de ser validat pel plenari del Consell de Ciutat.

El 2010, la Comissió celebrarà les sessions de treball necessàries per debatre la segona fase, que finalitzarà el juliol del 2010, i així acabarà elaborant el dictamen del Consell de Ciutat sobre els resultats del Pla Estratègic de Turisme, que haurà de ser validat pel plenari del Consell.

La *Diagnosi* i la *Proposta estratègica*, elaborats per l'Oficina del Pla Estratègic de Turisme, són els documents debatuts en la Comissió de Treball del Consell de Ciutat, sobre els

quals es fan les recomanacions, les reflexions i les propostes que recull aquesta proposta de dictamen.

3. Valoracions i recomanacions de caràcter general del Consell de Ciutat

A continuació es presenten les valoracions i recomanacions de caràcter general del Consell de Ciutat, tot fent referència a aspectes d'importància cabdal per emmarcar la diagnosi i la proposta estratègica del Pla estratègic de turisme de Barcelona.

En primer lloc, el Consell de Ciutat considera que **el model turístic ha de ser coherent amb el model de ciutat**. Cal aconseguir un bon entramat entre el turisme i la ciutat, posant de relleu els trets definitoris i la personalitat d'una ciutat com Barcelona.

En segon lloc, el Consell de Ciutat recalca que **el turisme és transversal**, i proposa **substituir «sistema turístic» per «activitats turístiques»**, que són diverses.

En tercer lloc, tot i la dificultat de definir què significa ser turista, el Consell de Ciutat aposta per **una definició ampla del concepte «turista», que cal positivar**. En parlar de turisme s'ha de tenir en compte la diversitat de col·lectius que hi tenen cabuda. A més, en lloc de cercar altres conceptes, com ara «visitant» o «ciutadà temporal», cal assumir el repte del turisme, positivant-lo i desactivant-ne la negativitat. En aquest sentit, els titulars de premsa en positiu, que explicitin la contribució del turisme a la ciutat, són importants de cara a generar una complicitat ciutadana.

En quart lloc, el Consell de Ciutat proposa **aprofundir en els elements que condueixen a una percepció d'excessiva tolerància i permissivitat respecte al turisme a la ciutat, sense oblidar que un dels atractius de Barcelona recau en el fet que és una ciutat oberta**. Pel que fa a aquesta qüestió, hi ha posicionaments diferents en el si del Consell de Ciutat. D'una banda, es posa de relleu la imatge d'excés de tolerància respecte al turisme que té Barcelona, aspecte que, en part, fomenten els mitjans de comunicació, i el fet que una permissivitat excessiva pot generar incivisme i tenir efectes negatius en la

convivència de la ciutat. Cal tenir en compte que els comportaments incívics dels turistes es propaguen per la xarxa.

De l'altra, es destaca que Barcelona té, en general, una imatge positiva (l'activitat turística s'ha fidelitzat) i que un dels seus actius és que es tracta d'una ciutat de benestar i de «bon rotllo». En aquest sentit, la permissivitat no té per què ser negativa, ja que justament les ciutats obertes com Barcelona i Berlín tenen aquest atractiu. El problema principal recau en l'excessiva concentració i en el grau de densitat del turisme en determinats espais o monuments que són icones de la ciutat.

En cinquè lloc, el Consell de Ciutat **posa de relleu la necessitat de generar un debat sobre el turisme i el cosmopolitisme**. Cal tenir en compte que els turistes provenen de diferents indrets (hi ha turistes catalans, espanyols, europeus, etc.), i és important reflexionar i decidir fins a on estem disposats a acceptar coses i persones estranyes. En general, s'han degradat els valors de convivència i és fàcil donar-ne la culpa al que ve de fora.

En sisè lloc, el Consell de Ciutat recomana **posar en valor un concepte clau a l'hora d'analitzar el turisme: la «capacitat de càrrega»**. Aquest concepte té quatre dimensions: la física (relacionada amb el límit a partir del qual apareixen problemes ambientals), la social (relacionada amb el límit fins al qual la població local tolera el turisme i els turistes se suporten entre si), l'econòmica (relacionada amb el límit a partir del qual el turisme provoca un desplaçament de la resta d'activitats econòmiques) i la psicològica (relacionada amb el límit a partir del qual la saturació porta els turistes a buscar destinacions alternatives).

En setè lloc, el Consell de Ciutat afirma que **el turisme impulsa el motor de l'economia, però assenyala que es basa en elements fràgils** (percepció de les situacions econòmiques, el temps, la seguretat, etc.), que tan aviat apareixen com desapareixen. Alhora, el Consell de Ciutat reconeix que **hi ha elements de certa solidesa que cal contemplar** (actius culturals, històrics, socials i d'acollida de la ciutat; solidesa, eficiència i

competitivitat de l'oferta turística de la ciutat; inserció de l'oferta turística en els circuits internacionals; etc.).

4. Valoracions i recomanacions de caràcter particular del Consell de Ciutat

A continuació es presenten les valoracions i recomanacions de caràcter particular del Consell de Ciutat, tot fent referència a aspectes i àmbits concrets que cal abordar en la diagnosi i la proposta estratègica del Pla estratègic de turisme de Barcelona.

Respecte a la governança del turisme

Primerament, el Consell de Ciutat considera que **cal més proactivitat i anticipació per avançar cap a la governança de l'activitat turística**, ja que l'activitat va més de pressa que la capacitat d'assimilar-la.

En segon lloc, el Consell de Ciutat recomana **entomar el debat sobre les situacions d'impacte negatiu**, recollides en els 150 aspectes destacats del document *Diagnosi estratègica*, **per tal d'adoptar les mesures adequades**.

En tercer lloc, el Consell de Ciutat **valora positivament el fet de tendir a la generació del coneixement compartit respecte al turisme**, tenint en compte que el coneixement no sols és d'experts, i que també és important compartir altres percepcions.

En quart lloc, el Consell de Ciutat remarca la **importància de promocionar l'accessibilitat de la ciutat —en aquest sentit, Barcelona és un referent—, i millorar l'accessibilitat dels equipaments turístics**. Barcelona és un model en l'àmbit de l'accessibilitat per a les persones amb discapacitat (per exemple, el cent per cent dels autobusos estan adaptats), i cal promocionar-la com a «ciutat accessible» pensant en els turistes potencials (per exemple, les persones grans o amb discapacitat). Pel que fa a això, s'ha de tenir en compte que algunes de les persones amb discapacitat que són turistes tenen un bon nivell adquisitiu. Malgrat que la ciutat és molt accessible, sobretot

respecte al transport públic, es constata que calen més places hoteleres i comerços adaptats, ja que els equipaments turístics no són tan accessibles. El Consell de Ciutat també destaca la importància de l'alliberament de la manera de vestir. És important parlar de «ciutat inclusiva per a tothom, turisme per a tothom».

En darrer lloc, el Consell de Ciutat considera important **debatre els aspectes de cofinançament en relació amb el turisme**. Cal analitzar experiències d'altres països i estudiar on es fa la despesa, ja que per gestionar el turisme es necessiten recursos. Es remarca que els turistes són ciutadans temporals amb drets i deures, i que en la fase propositiva caldrà fer referència a com es governa i finança la ciutat.

Respecte als aspectes econòmics del turisme

En primer lloc, el Consell de Ciutat recomana **parlar de ciutat socialment responsable i sostenible**. Es valora positivament la necessitat d'avançar cap a un creixement sostenible, ja que no es pot obviar, entre altres aspectes, el preu ambiental col·lectiu.

En segon lloc, el Consell de Ciutat recomana **incidir en la rellevància del comerç i dels eixos comercials**. Tenint en compte que el comerç de la ciutat, especialment el model de mercats municipals, eixos i centres comercials, és un referent a Europa, cal posar de relleu que el comerç de proximitat i el turisme tenen una clara relació: quan es fan eixos comercials es fa ciutat. Tot i que el turista no visita Barcelona especialment pel comerç, aprofita per comprar quan va a llocs atractius. Per aquesta raó és important diversificar i expandir el comerç cap als diferents eixos de la ciutat, reforçant la marca Barcelona.

En tercer lloc, el Consell de Ciutat destaca **la importància de la professionalització dels treballadors del sector turístic** per aconseguir una major qualitat en el treball i els serveis del sector del turisme. Hi ha força persones que treballen en l'àmbit de la restauració, on les condicions de treball i d'higiene acostumen a ser deficientes. **S'ha d'apostar per l'estabilitat laboral i la formació**, invertint en aspectes com l'aprenentatge d'idiomes. A més, en l'àmbit de la restauració s'hauria de reforçar la cuina mediterrània d'identitat pròpia (han penetrat moltes cuines estrangeres en la ciutat). Cal remarcar que

apostar pel turisme és important, ja que aquest incideix en el PIB i en la creació de més llocs de treball.

Respecte als aspectes socials del turisme

Primerament, el Consell de Ciutat recomana **articular de forma equilibrada el turisme a la ciutat, estudiant-ne el grau de concentració i la densitat, per tal de gaudir del turisme sense entrar en conflicte amb els veïns**. És clau incidir en com conviure quotidianament amb el turisme a la ciutat, tenint en compte que aquesta té un límit, que se situa allà on el turisme deixa de percebre la ciutat real. En aquest sentit, el Consell de Ciutat planteja la possibilitat d'elaborar el decàleg de drets i deures del turista, que acompanyaria el mapa de la ciutat i exposaria exemples de bones pràctiques.

En segon lloc, el Consell de Ciutat considera que cal **posar l'èmfasi en la importància del moviment veïnal** i el seu coneixement dels barris per desenvolupar el Pla Estratègic de Turisme; un pla que ha d'apostar per un model de turisme en sintonia amb el model de ciutat. Cal tenir en compte la importància del teixit social, tant per a la cohesió i la convivència com per trobar l'equilibri entre el model de turisme i els barris.

Respecte als aspectes territorials del turisme

En primer lloc, el Consell de Ciutat proposa **actuar per distribuir el turisme entre els diferents districtes i barris de la ciutat, ja que es concentra de forma massiva en alguns indrets determinats** (Ciutat Vella, Sagrada Família, el Parc Güell) i **cal intentar revifar altres artèries de la ciutat**, però procurant que els barris no perdin la seva identitat. Val a dir que les realitats turístiques són diverses en els diferents districtes de la ciutat. Mentre que a Ciutat Vella hi ha un excés de turisme, a l'Eixample està equilibrat; a Sants, les Corts, Gràcia i Sant Martí, està polaritzat; i a Sarrià, Horta, Sant Andreu i Nou Barris s'ha de potenciar, perquè és escàs. En aquest sentit, el bus turístic pot ser un instrument que ajudi a conèixer els barris, si s'estableixen nous recorreguts que contribueixin a esponjar el turisme, a potenciar altres indrets i a crear noves icones. Cal tenir en compte que per tal de posar en valor altres barris i realitats, cal generar recursos i

potenciar aspectes com el suport a la informació turística, que ara es considera que és insuficient.

En segon lloc, el Consell de Ciutat creu rellevant **potenciar l'àrea metropolitana de Barcelona i la seva connexió**, vertebrant i coordinant l'oferta turística de la corona metropolitana, i adequant el transport, la informació i les rutes. S'ha de treballar amb la Barcelona real, tenint en compte el turisme metropolità i no sols el de Barcelona ciutat. Cal posar l'èmfasi en la xarxa interna de transport públic i millorar el transport que connecta amb la primera corona metropolitana: la Barcelona més enllà de Barcelona.

En darrer lloc, el Consell de Ciutat **valora positivament el fet de tendir cap a la complicitat amb Catalunya en l'àmbit del turisme**, ja que hi ha molts indrets per potenciar a l'entorn de Barcelona. Tenint en compte que a Catalunya les distàncies són curtes, cal complementar l'oferta de Barcelona buscant sinergies amb altres indrets de Catalunya i trencant estereotips. Aquesta complicitat generarà beneficis mutus per a Barcelona i la resta de Catalunya. A més, cal provocar que es torni diverses vegades a Barcelona, perquè l'oferta és prou àmplia i de qualitat.

Respecte al turisme a Ciutat Vella

Primerament, el Consell de Ciutat remarca que **hi ha un excés de concentració del turisme a Ciutat Vella**, especialment en la seva artèria principal, la Rambla. Els barcelonins han perdut drets a l'hora d'accedir a l'espai públic, i per aquesta raó cal arribar a un equilibri entre el turisme i les persones que viuen a Barcelona, ja que aquestes volen una ciutat amb barris. Cal potenciar altres zones de Ciutat Vella.

En segon lloc, el Consell de Ciutat considera necessari **aprofundir en la qüestió de la regulació dels apartaments turístics**, aspecte especialment conflictiu a Ciutat Vella, on l'Administració no ha actuat de manera proactiva. Pel que fa a aquest tema, hi ha posicionaments diferents en el si del Consell de Ciutat. D'una banda es proposa elaborar una normativa clara i contundent que ordeni aquesta qüestió per tal d'evitar els impactes negatius per al veïnatge i protegir l'habitatge residencial. L'Ajuntament hauria de prendre

la iniciativa i anticipar-se, actuant a través de la vigilància i la promoció. De l'altra, tenint en compte que la modernitat i la fluïdesa són característiques de l'activitat turística, es considera que cal estudiar la realitat, trobar respostes imaginatives i crear coneixement. No cal oblidar que actualment hi ha una gran diversitat d'alternatives d'allotjament. Per exemple, moltes persones busquen lloc per allotjar-se a través d'internet, i mitjançant la xarxa s'intercanvien cases i apartaments. També hi ha persones grans que viuen soles i que comparteixen l'habitatge.

En tercer lloc, el Consell de Ciutat considera important **aprofundir en la qüestió de la defensa del patrimoni comercial antic de la ciutat** (les botigues modernistes i noucentistes). Quant a aquest tema, hi ha posicionaments diferents en el si del Consell de Ciutat. D'una banda es destaca la necessitat de preservar el valor de la gent de Barcelona i la seva estructura; Barcelona té un «iman» i, en canvi, l'oferta comercial de *souvenirs* des de Canaletes cap a baix no és atractiva (els nous establiments comercials són massa homogenis i tenen poca personalitat). De l'altra, atès que la ciutat és un conjunt de persones vives i que és positiu que les coses canviïn, es posa de relleu que el dinamisme no es pot aturar i que la bona política és la que sap preveure els canvis.

En quart lloc, el Consell de Ciutat assenyala que **a Ciutat Vella té lloc una situació delicada**, ja que hi ha fragilitat en el cor de la ciutat i es percep molta tensió. Cal tenir en compte que per internet circulen comentaris negatius sobre Barcelona que tothom pot llegir. En aquest sentit, es proposa recuperar Ciutat Vella per a la ciutadania, frenant el tipus de turisme que hi va i posant-se d'acord a través d'intermediaris amb els interlocutors i agents clau. Respecte a les conductes delinqüencials, es constata que aquestes han de ser tractades pels cossos de seguretat.

En darrer lloc, el Consell de Ciutat **valora positivament la revisió del Pla d'usos de Ciutat Vella**, que és una eina interessant, perquè hi ha molta pressió en l'espai públic i la convivència es fa difícil. El Pla actual s'ha quedat antiquat; per això, si es revisa, podria ajudar a alleugerir la pressió del turisme i millorar la convivència.