

Seguint la línia dels darrers anys, Barcelona en l'any 2001 s'ha consolidat com a destinació de compres a nivell internacional, donant a conèixer allò que ens diferencia de les ciutats competidores;

- El nostre urbanisme, que té com a resultat un eix comercial de 5km (Shopping Line), que uneix les quatre zones més atractives a nivell turístic (La Rambla/Port Vell, Barri Gòtic/Pl. Catalunya, Eixample i Diagonal)
- L'oferta àmplia, rica i variada, complementant les marques pròpies de la nostra ciutat amb les marques internacionals.
- La possibilitat de passejar, a través del Shopping Line, i combinar les compres amb l'arquitectura, cultura, gastronomia, oci, lleure...
- El nivell preus/servei, una interrelació que presenta una oferta molt competitiva a nivell internacional

De totes formes la nota més destacada d'enguany ha sigut que Barcelona ha resistit els efectes negatius de la crisi generada arran dels esdeveniments dels mes de setembre a Nova York. Un increment en la despesa dels turistes del 24,18%, dos punts per sobre de la mitjana de l'Estat, avalen aquesta tesi.

En despesa realitzada utilitzant targeta de crèdit hem crescut un 18,88%, quan el ritme que es portava fins l'agost era del 23%, continuant essent líders i representant el 15,21% del total estatal. A nivell orientatiu Madrid representa el 12,40% i ha crescut un 13,77%.

POSICIONAMENT DE BARCELONA EN DESPESES DE TURISTES. RÀNKING DE PROVÍNCIES (20 PRIMERES)

PROVÍNCIA	IMPORT OP. (EUROS)	% SOBRE TOTAL	% INCR. ANY ANTERIOR	NUM. OP.	% SOBRE TOTAL	% INCR. ANY ANTERIOR
BARCELONA	480.393.991,89	15,21%	18,71%	10.086.562	23,71%	12,67%
MADRID	434.979.537,72	13,77%	12,40%	4.780.620	11,24%	11,00%
MALAGA	378.754.253,05	11,99%	23,51%	3.124.120	7,34%	22,14%
BALEARES	317.609.323,02	10,05%	13,85%	3.264.417	7,67%	8,27%
ALICANTE	242.516.121,57	7,68%	27,17%	2.404.545	5,65%	19,66%

PROVÍNCIA	IMPORT OP. (EUROS)	% SOBRE TOTAL	% INCR. ANY ANTERIOR	NUM. OP.	% SOBRE TOTAL	% INCR. ANY ANTERIOR
GRAN CANARIA	205.748.608,98	6,51%	14,29%	1.899.942	4,47%	17,84%
GIRONA	205.380.484,78	6,50%	16,36%	3.129.213	7,36%	10,17%
TENERIFE	195.713.359,44	6,19%	20,78%	1.742.121	4,09%	20,05%
TARRAGONA	64.839.696,20	2,05%	6,74%	838.643	1,97%	2,72%
VALENCIA	59.520.838,15	1,88%	28,93%	609.657	1,43%	23,60%
CADIZ	58.508.774,98	1,85%	28,63%	500.532	1,18%	28,38%
SEVILLA	57.487.092,36	1,82%	14,15%	648.182	1,52%	11,09%
GUIPUZCOA	41.764.877,76	1,32%	-3,07%	566.174	1,33%	-9,71%
MURCIA	36.795.372,29	1,16%	26,84%	340.128	0,80%	17,69%
VIZCAYA	36.401.758,22	1,15%	7,52%	1.874.050	4,41%	1,23%
GRANADA	33.885.273,44	1,07%	15,67%	451.195	1,06%	12,54%
LLEIDA	27.858.141,11	0,88%	19,99%	435.902	1,02%	14,83%
NAVARRA	27.539.886,84	0,87%	44,25%	582.407	1,37%	30,57%
PONTEVEDRA	26.463.339,24	0,84%	15,64%	319.471	0,75%	11,86%
ALMERIA	23.459.466,75	0,74%	22,04%	272.592	0,64%	16,36%

En el conjunt de despeses en targeta i efectiu, retirat en els caixers, el creixement de Barcelona ha estat del 24,18% i representa el 15,83% del total estatal i òbviament mantenint el nostre lideratge. En definitiva, hem arribat als 829 milions d'euros, i Madrid ha aconseguit 643 milions d'euros.

Pel que fa a la tipologia dels nostres clients, el Regne Unit ocupa el primer lloc, i USA ha passat al segon lloc. L'any anterior aquestes posicions estaven canviades. El creixement del Regne Unit ha estat del 28,83%, USA del 10,79%, França ocupa el tercer lloc, seguida d'Alemanya, Itàlia, Suïssa, Holanda i Japó, que ha representat el 2,74% amb un decrement del 6,21%.

DESPESES DE TURISTES AMB TARGETA VISA I MASTERCARD (*) ANY 2001

PAÍS	IMPORT OP.	% SOBRE TOTAL (EUROS)	% INCR. ANY	NUM. OP. ANTERIOR	% SOBRE TOTAL	% INCR. ANY ANTERIOR	OP: MITJA (EUROS)
REGNE UNIT	76.261.858,97	15,87%	28,83%	1.094.644	10,85%	23,12%	69,67
USA	74.818.718,49	15,57%	10,79%	1.013.636	10,05%	10,72%	73,81
FRANÇA	61.501.590,13	12,80%	17,75%	2.851.494	28,27%	9,96%	21,57
ALEMANYA	40.109.826,02	8,35%	17,93%	1.084.129	10,75%	5,94%	37,00
ITÀLIA	29.470.032,90	6,13%	11,43%	513.221	5,09%	7,12%	57,42
SUÏSSA	20.944.931,94	4,36%	20,00%	380.900	3,78%	9,23%	54,99
HOLANDA	20.430.369,06	4,25%	35,63%	675.559	6,70%	23,90%	30,24
JAPÓ	13.183.485,24	2,74%	-6,21%	111.872	1,11%	-0,06%	117,84
BÈLGICA	12.322.965,62	2,57%	15,49%	437.941	4,34%	8,23%	28,14
PORTUGAL	11.210.522,69	2,33%	5,67%	220.488	2,19%	-1,81%	50,84
SUÈCIA	9.930.775,89	2,07%	20,74%	160.614	1,59%	20,42%	61,83
NORUEGA	9.897.771,17	2,06%	55,98%	126.179	1,25%	44,61%	78,44
ARGENTINA	9.883.765,58	2,06%	21,42%	157.927	1,57%	24,55%	62,58
ISRAEL	8.778.992,14	1,83%	66,65%	117.492	1,16%	77,84%	74,72
MÈXIC	8.382.199,88	1,74%	57,14%	93.750	0,93%	54,63%	89,41
CANADÀ	5.241.108,81	1,09%	22,52%	74.490	0,74%	14,87%	70,36
BRASIL	5.228.282,84	1,09%	-9,21%	72.978	0,72%	-11,82%	71,64
DINAMARCA	4.987.974,16	1,04%	20,64%	100.614	1,00%	16,94%	49,58
ÀUSTRIA	4.275.992,90	0,89%	8,01%	64.865	0,64%	5,49%	65,92
RÚSSIA	4.058.925,29	0,84%	127,76%	57.884	0,57%	106,49%	70,12
IRLANDA	3.794.750,63	0,79%	30,04%	47.515	0,47%	24,36%	79,86
AUSTRÀLIA	3.660.537,71	0,76%	6,90%	60.841	0,60%	2,56%	60,17
FINLANDIA	3.406.713,31	0,71%	10,63%	52.701	0,52%	14,39%	64,64
VENEZUELA	3.185.260,66	0,66%	36,37%	33.327	0,33%	27,81%	95,58
HONG KONG	2.372.420,43	0,49%	11,54%	16.485	0,16%	16,08%	143,91
TURQUÍIA	2.209.079,03	0,46%	-35,59%	26.182	0,26%	-40,13%	84,37
XILE	2.119.042,79	0,44%	13,78%	26.972	0,27%	16,39%	78,56
POLÒNIA	1.841.551,93	0,38%	33,64%	52.549	0,52%	9,02%	35,04
LUXEMBURG	1.687.698,14	0,35%	29,45%	32.222	0,32%	22,26%	52,38
GRÈCIA	1.598.332,09	0,33%	35,86%	18.316	0,18%	35,80%	87,26
TOTAL 30 PRIMERS	456.795.476,43	95,05%	0,19%	9.777.787	96,93%	0,13%	46,72
TOTAL	480.393.991,89	100%	18,71%	10.086.562	100%	12,67%	47,63

* no inclou les targetes canalitzades a través del grup 4B

El comerç continua sent el sector més important, representa el 44,04% de la totalitat de les despeses realitzades amb targeta, el comerç especialitzat té una participació del 64,73% i els grans operadors del 35,27% . El creixement del primer ha estat del 20,24% i el dels grans operadors del 18,47%, i el creixement del sector ha estat del 19,60%.

COMPRES MENSUALS AMB TARGETES ESTRANGERES. COMERÇOS ESPECIALITZATS I GRANS OPERADORS, I PERCENTATGE DE PARTICIPACIÓ EN EL TOTAL DE LA DESPESA AMB TARGETES VISA I MASTERCARD (*)

	Absolut(Euros)	Comerc Especialitzat %	Incr.	Absolut (Euros)	Grans operadors %	Incr.	Absolut (Euros)	Total Comerç % (sobre Barcelona)	Incr.	Total Barcelona (Euros)
GENER	7.726.543,47	63,56%	51,83%	4.429.795,34	36,44%	77,72%	12.156.338,81	44,39%	60,34%	27.401.689,73
FEBRER	6.953.044,01	65,00%	36,63%	3.743.133,82	35,00%	50,17%	10.696.177,83	42,83%	41,08%	24.990.211,87
MARÇ	9.109.658,14	62,70%	24,78%	5.419.102,64	37,30%	6,99%	14.528.760,78	43,61%	17,49%	33.336.487,06
ABRIL	11.429.326,58	65,61%	21,05%	5.989.481,11	34,39%	25,76%	17.418.807,69	43,10%	22,63%	40.442.439,16
MAIG	13.995.070,32	65,78%	34,86%	7.279.601,34	34,22%	26,84%	21.274.671,66	44,41%	32,01%	47.932.155,61
JUNY	13.710.314,03	64,89%	26,57%	7.417.873,72	35,11%	26,14%	21.128.187,76	45,23%	26,42%	46.744.939,61
JULIOL	15.624.997,02	66,67%	28,91%	7.810.679,60	33,33%	32,91%	23.435.676,62	43,28%	30,21%	54.183.681,52
AGOST	14.378.621,06	63,38%	23,02%	8.306.680,88	36,62%	22,23%	22.685.301,94	43,09%	22,73%	52.675.169,93
SETEMBRE	12.639.558,30	61,59%	10,41%	7.883.563,12	38,41%	13,01%	20.523.121,43	46,75%	11,40%	43.927.993,28
OCTUBRE	12.700.367,12	62,20%	2,28%	7.718.992,66	37,80%	-4,52%	20.419.359,78	45,46%	-0,40%	44.949.082,57
NOVEMBRE	10.475.129,25	61,06%	-1,30%	6.679.355,18	38,94%	4,60%	17.154.484,43	47,28%	0,92%	36.301.468,55
DESEMBRE	9.085.348,86	64,09%	10,70%	5.090.921,05	35,91%	0,01%	14.176.269,91	51,03%	6,61%	27.797.569,23
TOTAL	137.827.978,18	64,73%	20,24%	77.769.180,46	35,27%	18,47%	215.597.158,64	44,04%	19,60%	480.682.888,13

* no inclou les targetes canalitzades a través del grup 4B

Val a dir, però, que la crisi ha provocat que el comerç hagi resultat un dels sectors més afectats ja que la mitjana de creixement dels mesos d'octubre, novembre i desembre ha estat només del 1,88%, i es va aturar l'espectacular creixement que es venia produint durant els primers 8 mesos de l'any (31,53%). Cal ressaltar l'increment dels mesos de Maig i Juny, per damunt del 30% i el decrement del 0,40% en el mes d'octubre. En el mes de desembre es trenca la tendència negativa i el creixement és del 6,61%.

Per sector cal destacar el creixement del sector de la Confecció Tèxtil i Sabateries, amb un creixement respectivament del 27,47% i del 35,58%, i el de l'Alimentació especialitzada en un

39,30%. En el lloc menys positiu s'inclou el sector de joieries, amb un creixement del 5,54%, i el de la pel·leteria amb un creixement del 14,61%. Com a nota informativa volem apuntar que els articles de luxe han sigut els més perjudicats per l'11 de setembre.

DESPESES DE TURISTES INTERNACIONALS AMB TARGETES DE CRÈDIT VISA I MASTERCARD (*) PER DIFERENTS SECTORS D'ACTIVITAT (en Euros)

	1r TRIMESTRE	2n TRIMESTRE	3r TRIMESTRE	4t TRIMESTRE	TOTAL 2001	TOTAL 2000	VARIACIÓ %
COMERÇ	37.381.277,42	59.821.667,11	66.644.099,98	51.750.114,13	215.597.158,64	180.265.429,09	19,60
HOTELS	21.355.419,93	34.253.077,73	37.230.539,59	25.561.376,65	118.400.413,91	99.912.147,33	18,50
RESTAURANTS	9.679.167,57	15.365.158,02	15.535.545,43	11.662.748,07	52.242.619,09	45.615.908,99	14,53
AUTOMOCIÓ	5.020.946,33	8.640.876,85	15.136.137,22	6.916.682,49	35.714.642,90	31.242.903,63	14,31
SERVEIS	3.916.913,29	6.325.149,51	5.620.161,62	4.397.430,16	20.259.654,58	19.314.089,79	4,90
TRANSPORT	667.146,46	1.195.250,44	1.585.657,51	729.628,33	4.177.682,74	4.666.261,94	-10,47
OCI	2.356.933,17	3.360.167,20	2.602.794,84	2.479.266,96	10.799.162,17	7.656.621,98	41,04
ALTRES	5.299.060,70	6.076.979,04	6.341.283,80	5.485.334,33	23.202.657,86	18.350.422,64	26,44
TOTAL 2001	85.676.864,86	135.038.325,90	150.696.220,01	108.982.581,12	480.393.991,89		
TOTAL 2000	64.655.113,47	109.135.835,42	130.821.847,30	102.290.786,78		407.023.785,39	18,03
VARIACIÓ %	32,51	23,73	15,09	6,54		18,03	

Nota: les dades són proporcionades per Caixa de Catalunya i corresponen a targetes de crèdit VISA i Mastercard internacionals i estan analitzades per províncies. No inclouen les targetes canalitzades a través del Grup 4B (un 25% de les operacions)

Campanya "Christmas Shopping" in Barcelona

Barcelona ha aconseguit en aquests darrers anys posicionar-se com a Ciutat de Compres a nivell internacional, avalada, tant per les xifres de vendes realitzades des de l'any 1997 als turistes estrangers, amb un creixement anual acumulatiu superior al 30%, com pel percentatge de participació de la despesa en compres. El comerç arriba a representar el 45% de la despesa realitzada per part dels turistes estrangers a la nostra ciutat.

S'ha aconseguit aprofitant-se del nombre creixent de turistes i visitants que arribaven a la ciutat i per tant, el que calia fer era informar-los «in situ», donant-los a conèixer els elements diferencials que la ciutat disposava en relació a les ciutats competidores, tant estatals com internacionals.

En definitiva ara el que cal es consolidar el posicionament i fonamentalment en uns mercats que ens són favorables per proximitat i preu i en una època en que el comerç agafa el protagonisme de la vida econòmica i social.

Cal afegir que el mesos de novembre i desembre, és a dir les dates properes a Nadal, des del 15 de novembre fins el 25 de desembre, podríem dir que, des del punt de vista d'afluència turística per la ciutat, coincideix en una època vall, però a la vegada es coneguda pels experts la tendència i els hàbits que tenen el centre i nord europeus, de desplaçar-se a les grans capitals com són New York, Paris i Londres, per realitzar les compres de Nadal.

En definitiva, el que es pretén és que el comerç de la ciutat, agafi el protagonisme com motiu d'atracció turística en les dades properes al Nadal, doncs el fet habitual, durant la resta de l'any, és que el Comerç, és a dir, que les compres vagin a remolc dels atractius turístics de la ciutat.

Per aquest motiu Turisme de Barcelona i l'Ajuntament de Barcelona, amb la col·laboració de la Generalitat de Catalunya, varen realitzar una campanya publicitària «Christmas Shopping in Barcelona», a Brussel·les, Amsterdam, Ginebra, Zuric, Oslo i Madrid.

Es varen fer servir tanques publicitàries, vitrines i bus d'aquestes ciutats, amb un fort component visual, com a recordatori dels que ens havien visitat anteriorment i al mateix temps per visualitzar que a Barcelona es poden fer les compres de Nadal d'una manera diferent. La campanya es va fer extensiva a la ciutat de Barcelona amb elements decoratius als aparadors de les botigues (displays), banderoles, postals i al Bus Shopping Line.