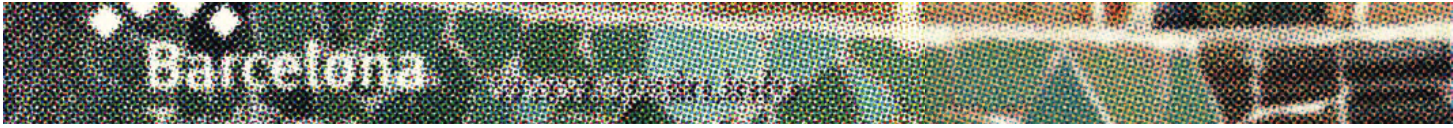


Destination: Barcelona





Pere Duran celebrates ten years as general manager of Turisme de Barcelona

■ After a decade concentrating on promoting the city as a tourist destination, what is the situation in Barcelona at the present time?

At the moment, Barcelona holds a very good position as a tourist hotspot: it's known around the world as a city break destination, it's one of the top choices for key markets such as France, Italy and the UK, and it has unbeatable attractions, such as the combination of Gaudí and the beach, and actors who ensure the city is on everyone's lips around the world, such as the football team Barça.

■ What would you say has changed the most, tourism-wise, from Barcelona in the year 2000 compared with the city in 2010?

That's a difficult question to answer. In the first place, there has been no 180-degree change, rather the city has continued to consolidate its position as what it is: an urban tourism destination that has set the benchmark worldwide. Throughout this process – and it couldn't be any other way – tourism figures have grown here in the city and the sector has also contributed to boosting the self-esteem of the city and the region. What has certainly changed is that Barcelona is now one of the great cities of the world, at least from a tourism viewpoint, on a par with Rome and Berlin, and is only outperformed in Europe by London and Paris. However, a decade ago, Barcelona had still not become part of the world's collective imaginary, a member of the club of cities of the world which, I believe, it now belongs to.

■ What future awaits the tourist sector in Barcelona?

We must certainly focus on two main aspects. On the one hand, there is demand, and I don't think there will be any shortage in Barcelona: the city will continue to attract tourists from around the world and, if the conditions remain favourable, these numbers will continue to grow. On the other hand, we need to focus on supply, on the sector itself, on what we need to do in Barcelona to make the most of this activity and, above all, in accordance with the overall interests of the local community.

■ In recent years, some of the negative effects of tourism on everyday life in the city have been pointed out. Are there any that give you particular cause for concern?

At Turisme de Barcelona, over the past few years, we have been mindful of all the potentially negative effects the sector has on the city. These matters are city council's responsibility. Personally speaking, I'm concerned about what most of the community is concerned about. This means that our promotion of the city as a tourist destination must chime with what our society demands, on their terms and to the levels that they demand.

■ In this regard, do you consider that, at times, tourism doesn't get the consideration it deserves as an activity that generates wealth for our society?

Yes, it often seems that people don't stop to consider that fact that tourism generates 20 million euros a day for the city, or that it provides employment for 100,000 people here. I can't think of another economic activity that makes the same net contribution to the wealth of Barcelona as tourism does.

■ Turisme de Barcelona usually argues that cities nowadays compete with one another. Is there any key city destination that should give us particular cause for concern? Which are Barcelona's rival metropolises?

With the exception of London and Paris, Barcelona's European rivals in the tourism sector are Rome, Berlin and Vienna, and, on a different scale, perhaps Madrid. There's no doubt that any major European city can give us strong competition, as is already the case, but I think that we have to trust in Barcelona's potential and the great skills of its tourism sector. If Barcelona ended up losing its foothold in relation to all these cities, of course it would be a good idea to devote more resources to promoting the city.

■ Furthermore, can we identify future markets, the main countries that will send us tourists over the coming decade?

I think that, for a number of years, our principal markets will continue to be the main European economies together with the United States. However, we mustn't lose sight of the potential contributions of Scandinavian countries, or Russia, which is already a prominent presence. And the contributions that will eventually come from emerging economies such as China and Brazil.

■ And if we talk about segments, which ones would you say provide the main tourism income of the capital of Catalonia?

It would probably be a good idea if we took special care to safeguard cruise tourism, major media events that are held in the city, and the combination of shopping and gastronomy, and not forgetting one of the city's traditional commitments, such as meetings tourism. We should bear all of these in mind, together with the appeal of culture and the vitality of our creators.

■ Your consortium runs a network of tourist information offices throughout the city. Do you think that, during the past decade, Barcelona has taken sufficient care in helping the tourists it receives every year in a proper and efficient way?

Absolutely! Since Turisme de Barcelona was founded, it has ensured that tourists visiting Barcelona have been welcomed and have received the necessary help and information through our network of tourist information offices, which are an example of efficiency, correct distribution and, in particular, self-funding.

I believe that this aspect of helping tourists and providing them with the information they need has been one of the main drivers of the sector in our region, as has the entire team at Turisme de Barcelona, to whom I can only express my sincere gratitude and appreciation. The consortium's staff has been a key factor in the great success Barcelona is enjoying as a tourist destination, and will continue to enjoy in the future.

■ Després d'una dècada d'intensa promoció turística de la ciutat, en quina situació es troba Barcelona?

Actualment, Barcelona gaudeix d'un molt bon posicionament i fortaleza turístics: és una ciutat coneguda arreu com a destinació urbana, és una de les opcions preferides de mercats tan determinants com el francès, l'italià i el britànic, i disposa d'atributs turístics imbatibles, com el binomi Gaudí-platges, i actors que permanentment fan parlar de la ciutat a nivell internacional, com el Barça.

■ Què diria que és el que més ha canviat, turísticament parlant, de la Barcelona de l'any 2000 en relació a la de 2010?

És una pregunta difícil de respondre. D'entrada, no és que s'hagi registrat cap canvi de 180 graus, sinó que la ciutat s'ha anat consolidant com el que és, com una de les principals referències mundials del turisme urbà. En un procés en què, com no podia ser d'una altra manera, els números d'activitat turística han crescut a casa nostra, a la vegada que el sector ha contribuït també a alimentar l'autoestima de la ciutat i del país. Segurament, el que més ha canviat és que ara Barcelona és ja una de les grans ciutats del món, almenys des del prisma turístic, al nivell de Roma i Berlín, i només superada, a Europa, per Londres i París. Una dècada enrere, en canvi, Barcelona encara no s'havia incorporat a l'imaginari col·lectiu mundial, a aquest club de les ciutats del món del qual, crec, ja en forma part.

■ Quin futur espera al sector turístic de Barcelona?

Hem de pensar segurament en dues direccions. Per una banda, pel que fa a la demanda, penso que no en faltarà, a Barcelona: a la ciutat seguirem tenint turisme internacional que, si es donen les condicions idònies, pot seguir creixent. Per altra banda, haurem de reflexionar des del punt de vista de l'oferta, del mateix sector, sobre el que cal fer des de Barcelona per treure el millor rendiment d'aquesta activitat, i sobretot, d'acord amb els interessos generals dels barcelonins.

■ En els últims anys s'han assenyalat alguns efectes negatius que té l'activitat turística sobre el dia a dia de la ciutat. N'hi ha algun que li preocupi especialment?

A Turisme de Barcelona hem estat pendents, durant els últims anys, de tots els efectes potencialment negatius del sector sobre la ciutat. Aquests temes són de responsabilitat municipal. Personalment, em preocupa el que li preocupi al conjunt de la ciutadania, de manera que la promoció turística que portem a terme ha de ser la que demanda la nostra societat, i en els termes i la intensitat que ens marqui.

■ En aquest sentit, considera que el turisme no mereix, de vegades, la consideració que li correspondria com a activitat generadora de riquesa per a la nostra societat?

Sí, sovint sembla que no es repari en el fet que el turisme genera uns 20 milions d'euros al dia a la ciutat, o que dona feina a unes 100.000 persones a casa nostra. No se m'acuden altres activitats econòmiques que estiguin fent aquesta contribució neta de riquesa a Barcelona com la que es deu al turisme.

■ Turisme de Barcelona acostuma a argumentar que les ciutats, avui en dia, competeixen les unes amb les altres. Hi ha alguna referència urbana que ens hagi de preocupar especialment? Quines són les metròpolis rivals de Barcelona?

A excepció de Londres i París, els rivals europeus de Barcelona en el sector turístic són Roma, Berlín i Viena, i, a una altra escala, potser Madrid. No hi ha dubte que qualsevol gran ciutat europea pot plantejar-nos una forta competència, com ja és el cas, però penso que hem de confiar en el potencial de Barcelona i en la gran aptitud del seu sector turístic. Si Barcelona acabés perdent pista en relació a totes aquestes ciutats, potser seria convenient dedicar més recursos a la promoció de la ciutat, clar.

■ D'altra banda, es pot identificar els mercats del futur, els principals països que emetran turistes internacionals en la pròxima dècada?

Penso que, durant uns anys, els nostres principals mercats seguiran sent les principals economies europees juntament amb els Estats Units. No caldrà perdre de vista, però, l'aportació que ens pugui arribar dels països nòrdics, ni la que ja és una realitat des de Rússia. I la que pot acabar venint d'economies emergents com la Xina i el Brasil.

■ I si parlem de segments, quins diria que constitueixen el principal capital turístic de la capital de Catalunya?

Probablement farem bé si sabem tenir cura del turisme de creuers, dels grans esdeveniments mediàtics que se celebren a la ciutat, i del binomi *shopping*/gastronomia, sense oblidar-nos d'una de les tradicionals apostes de la ciutat com és el turisme de reunions. Tot plegat, amb el reclam de la cultura i la vitalitat dels nostres creadors.

■ El consorci opera una xarxa d'oficines d'informació turística distribuïdes per tota la ciutat. Creu que, en aquesta dècada, Barcelona s'ha preocupat suficientment d'atendre amb correcció i eficàcia els turistes que anualment rep la ciutat?

I tant! Des que es va fundar Turisme de Barcelona s'ha ocupat de rebre, atendre i informar els turistes que visiten Barcelona mitjançant la nostra xarxa d'oficines turístiques, que són un exemple d'eficàcia, d'implantació territorial i, especialment, d'autofinançament.

Aquesta faceta de la bona atenció i informació turístiques penso que ha estat un dels grans motors del sector a casa nostra, com de fet ho ha estat tot l'equip de Turisme de Barcelona, per al qual només tinc agraïment i gratitud. El personal del consorci ha estat clau per al gran èxit turístic que viu Barcelona, i que l'espera també en el futur.

"Barcelona is now one of the world's main tourist cities"

■ Tras una década de intensa promoción turística de la ciudad, ¿en qué situación se encuentra Barcelona?

Actualmente, Barcelona disfruta de un muy buen posicionamiento y fortaleza turística: es una ciudad conocida en todo el mundo como destino urbano, es una de las opciones preferidas de mercados tan determinantes como el francés, el italiano y el británico, y cuenta con atributos turísticos imbatibles, como el binomio Gaudí-playas, y actores que permanentemente hacen hablar de la ciudad a nivel internacional, como el Barça.

■ ¿Qué diría que es lo que más ha cambiado, turísticamente hablando, de la Barcelona del año 2000 en relación a la de 2010?

Es una pregunta difícil de responder. De entrada, no es que se haya registrado ningún cambio de 180 grados, sino que la ciudad se ha ido consolidando como lo que es, como una de las principales referencias mundiales del turismo urbano. En un proceso en el que, como no podía ser de otro modo, los números de actividad turística han crecido en Barcelona, a la vez que el sector ha contribuido también a alimentar la autoestima de la ciudad y del país. Seguramente, lo que más ha cambiado es que ahora Barcelona es ya una de las grandes ciudades del mundo, al menos desde el prisma turístico, al nivel de Roma y Berlín, y sólo superada, en Europa, por Londres y París. Una década atrás, en cambio, Barcelona todavía no se había incorporado al imaginario colectivo mundial, a este club de las ciudades del mundo del cual, creo, ya forma parte.

■ ¿Qué futuro espera al sector turístico de Barcelona?

Debemos pensar seguramente en dos direcciones. Por un lado, con respecto a la demanda, pienso que no faltará, en Barcelona: en la ciudad seguiremos teniendo turismo internacional que, si se dan las condiciones idóneas, puede seguir creciendo. Por otro lado, tendremos que reflexionar desde el punto de vista de la oferta, del mismo sector, sobre lo que hace falta hacer desde Barcelona para sacar el mejor rendimiento de esta actividad, y sobre todo, de acuerdo con los intereses generales de los barceloneses.

■ En los últimos años se han señalado algunos efectos negativos que tiene la actividad turística sobre el día a día de la ciudad. ¿Hay alguno que le preocupe especialmente?

En Turisme de Barcelona hemos estado pendientes, durante los últimos años, de todos los efectos potencialmente negativos del sector sobre la ciudad. Estos temas son de responsabilidad municipal. Personalmente, me preocupa lo que le preocupe al conjunto de la ciudadanía, de forma que la promoción turística que llevamos a cabo debe ser la que demanda nuestra sociedad, y en los términos y la intensidad que nos marque ésta.

■ En este sentido, ¿considera que el turismo no merece, a veces, la consideración que le correspondería como actividad generadora de riqueza para nuestra sociedad?

Sí, a menudo parece que no se repare en el hecho que el turismo genera unos 20 millones de euros al día en la ciudad, o que da trabajo a unas 100.000 personas. No se me ocurren otras actividades económicas que estén haciendo esta contribución limpia de riqueza en Barcelona como la que se debe al turismo.

■ Turisme de Barcelona acostumbra a argumentar que las ciudades, hoy en día, compiten unas con otras. ¿Hay alguna referencia urbana que nos deba preocupar especialmente? ¿Cuáles son las metrópolis rivales de Barcelona?

A excepción de Londres y París, los rivales europeos de Barcelona en el sector turístico son Roma, Berlín y Viena, y, a otra escala, quizás Madrid. No hay duda que cualquier gran ciudad europea puede plantearnos una fuerte competencia, como ya es el caso, pero pienso que debemos confiar en el potencial de Barcelona y en la gran aptitud de su sector turístico. Si Barcelona acabara perdiendo comba en relación a todas estas ciudades, quizás sería conveniente dedicar más recursos a la promoción de la ciudad, claro.

■ Por otro lado, ¿se puede identificar los mercados del futuro, los principales países que emitirán turistas internacionales en la próxima década?

Pienso que, durante unos años, nuestros principales mercados seguirán siendo las principales economías europeas junto a Estados Unidos. Pero no habrá que perder de vista la aportación que nos pueda llegar de los países nórdicos, ni la que ya es una realidad desde Rusia. Y la que puede acabar viniendo de economías emergentes como China y Brasil.

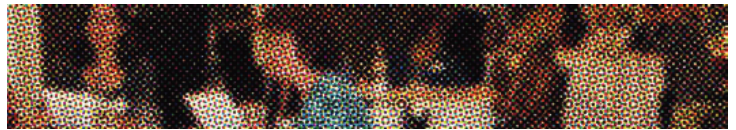
■ Y si hablamos de segmentos, ¿cuáles diría que constituyen el principal capital turístico de la capital de Catalunya?

Probablemente haremos bien si sabemos cuidar el turismo de cruceros, de los grandes acontecimientos mediáticos que se celebran en la ciudad, y del binomio *shopping/gastronomía*, sin olvidarnos de una de las tradicionales apuestas de la ciudad como es el turismo de reuniones. Todo ello, con el reclamo de la cultura y la vitalidad de nuestros creadores.

■ El consorcio opera una red de oficinas de información turística distribuidas por toda la ciudad. ¿Cree que, en esta década, Barcelona se ha preocupado suficientemente de atender con corrección y eficacia a los turistas que anualmente recibe la ciudad?

¡Por supuesto! Desde su fundación, Turisme de Barcelona se ha ocupado de recibir, atender e informar a los turistas que visitan Barcelona mediante su red de oficinas turísticas, que son un ejemplo de eficacia, de implantación territorial y, especialmente, de autofinanciación.

Esta faceta de la buena atención e información turísticas pienso que ha sido uno de los grandes motores del sector en Barcelona, como de hecho lo ha sido todo el equipo de Turisme de Barcelona, para el que sólo tengo agradecimiento y gratitud. El personal del consorcio ha sido clave para el gran éxito turístico que vive Barcelona, y que le espera también en el futuro.



Turisme de Barcelona promotes the city in Marseilles

■ Turisme de Barcelona organised a presentation in Marseilles in association with Spanair, to mark the launch of the new direct flight between Marseilles and Barcelona. Seventy-two people attended the event which took place on 7th October and gave our consortium the chance to talk about Barcelona's range of tourist attractions and its excellent and interesting retail offering.

■ Turisme de Barcelona, conjuntament amb Spanair, ha organitzat una presentació a Marsella amb motiu del nou vol directe Marsella-Barcelona. L'acte, que va tenir lloc el 7 d'octubre, amb una assistència de 72 persones, va oferir al consorci l'oportunitat de parlar de l'oferta turística de Barcelona, amb una oferta de *shopping* que va interessar molt.

■ Turisme de Barcelona, conjuntament con Spanair, ha organitzat una presentació en Marsella amb motiu del nou vol directe Marsella-Barcelona. El acte, que tuvo lugar el 7 de octubre, con una asistencia de 72 personas, ofreció al consorcio la oportunidad de hablar de la oferta turística de Barcelona, con una oferta de *shopping* muy interesante.

Promoting Barcelona in the USA



■ Last November, Turisme de Barcelona organised a series of workshops in Boston and Chicago. Fifteen businesses from the city's tourist sector took part and 90 US tour operators attended.

■ Turisme de Barcelona ha organitzat *workshops* a les ciutats americanes de Boston i Chicago. Els actes van tenir lloc el novembre amb la participació de quinze empreses turístiques de la ciutat i l'assistència de 90 operadors nord-americans.

■ Turisme de Barcelona ha organizado *workshops* en las ciudades americanas de Boston y Chicago. Los actos tuvieron lugar en noviembre con la participación de quince empresas turísticas de la ciudad y la asistencia de 90 operadores norteamericanos.

Roadshow in the countries of the Arabian Gulf

■ In October, Turisme de Barcelona took part in a series of workshops organised by Turespaña in Kuwait, Doha (Qatar) and Dubai (United Arab Emirates).

■ Turisme de Barcelona ha participat en els *workshops* organitzats a l'octubre per Turespaña a Kuwait, Doha (Qatar) i Dubai (Emirats Àrabs).

■ Turisme de Barcelona ha participat en los *workshops* organizados en octubre por Turespaña en Kuwait, Doha (Qatar) y Dubai (Emiratos Árabes).

Barcelona featured in the NBA Euroleague

■ The Turisme de Barcelona brand was promoted in October during the four games of the NBA European tour. The games took place in Barcelona, Milan, Paris and London. The Barcelona game saw the Los Angeles Lakers pit their skills against Barça at the Palau Sant Jordi in front of a 15,000-strong crowd.



■ La marca Turisme de Barcelona s'ha promocionat a l'octubre durant els quatre partits de la gira europea de l'NBA. Els partits, a banda de Barcelona, han tingut lloc a Milà, París i Londres. A Barcelona el partit va enfrontar Los Angeles Lakers amb el Barça al Palau Sant Jordi davant de 15.000 espectadors.

■ La marca Turisme de Barcelona se ha promocionado en octubre durante los cuatro partidos de la gira europea de la NBA. Los partidos, a parte de Barcelona, han tenido lugar en Milán, París y Londres. En Barcelona el partido enfrentó a Los Angeles Lakers con el Barça en el Palau Sant Jordi ante 15.000 espectadores.



Promotional event at the Japanese MotoGP

■ Barcelona was the subject of a promotional event at the Japanese Motorcycle Grand Prix in October. Hosted by Turespaña, it involved an on-line competition and an advertising spot featuring pictures of Barcelona shown on the screens at the Motegi Circuit.

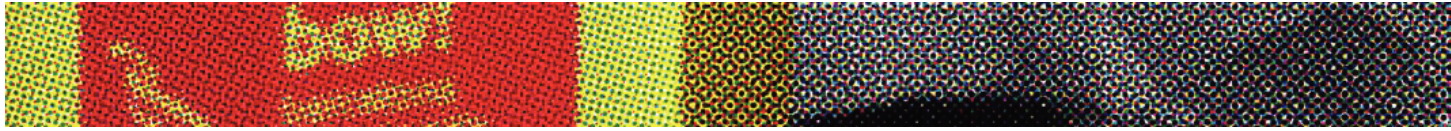
■ Barcelona s'ha promocionat al Gran Premi de Motos del Japó, a l'octubre. La promoció, portada a terme per Turespaña, ha consistit en un concurs on-line i en un spot projectat a les pantalles del circuit de Motegi, amb imatges de Barcelona.

■ Barcelona se ha promocionado en el Gran Premio de Motos de Japón, en octubre. La promoción, llevada a cabo por Turespaña, consistió en un concurso on-line y en un spot proyectado en las pantallas del circuito de Motegi, con imágenes de Barcelona.



Rambla de Catalunya, 123, 08008 Barcelona · Tel.: 34 933 689 700
Info: www.barcelonaturisme.cat · Info: info@barcelonaturisme.cat

Publishing committee: Gabriel Guiera (Director), Teresa Pérez, Verónica Rodríguez, Josep Anton Rojas. Graphic design: Estudi Villuendas + Gómez Printed by: Mundigraf D.L. B-3.066-2001 Cover: The Pope consecrates the central nave of the Sagrada Família Church, November 7th. © Eud Viza/Basilica de la Sagrada Família Inside: Hotel Arts, P. Carrió - Gran Teatre del Liceu, Circuit de Catalunya, F. Cloquell, E. Garcia, Espe Pons.



Barcelona Opportunity

■ There's always a reason to visit Barcelona. And there's always a reason to go back. Throughout the year, the city places within everyone's grasp a wide range of possibilities so that they can enjoy leisure, culture and free time. Barcelona organises trade fairs, conventions and exhibitions of all kinds, all the time. These are combined with an extraordinary offering of museums, a rich architectural heritage which includes protected UNESCO sites, theatres large and small, cinemas showing films in their original language versions, modern and traditional restaurants serving haute cuisine, as well as quality shops, a plethora of charming hotels, an extensive public transport network, the best in football and a long list of attractions, both simple and sophisticated. But what would happen if, for an entire week, the Catalan capital decided to invite everyone to enjoy the city with major discounts? Well, it would certainly give many people an added incentive to discover Barcelona for the first time or to reacquaint themselves with the city.

No sooner said than done. **Between 28th January and 6th February**, Barcelona will be celebrating **BCNOW**, a new event designed so that visitors can enjoy the activities and attractions in the Catalan capital. The initials stand for **Barcelona Opportunity Week**, a sensational week when you'll be able to buy all kinds of products at shops with more than 50% off; a week when hotels will be offering attractive rates, when top-of-the-range restaurants will be creating specially priced menus and when the busy local markets will be more resplendent than ever, their stalls decked out with top-quality fruit, vegetables, sausages, fish and meat of all kinds at prices that will simply take your breath away. Turisme de Barcelona (www.barcelonaturisme.cat), the organiser of **BCNOW**, has brought together 50 three, four, five and five-star grand luxe hotels to take part in this initiative. They will welcome guests who want to take advantage of this week of great opportunities with special rates. But it won't just be a week to be enjoyed in top-of-the-range hotels, with spas and every comfort. It won't just be a week for taking a stroll through the city's main shopping areas and buying everything you desire at the winter sales. The week won't just be an ideal opportunity to sample the haute cuisine of Barcelona and Catalonia, which has won prizes around the world and seen a number of its chefs earn Michelin stars. In short, **BCNOW** will be a great opportunity to come into contact with Barcelona's wide-ranging cultural offering, with museums, concert halls, theatres, musicals and varied concerts.

Barcelona Opportunity Week (BCNOW) is bound to become a key date on the calendar of any person or family intending to travel to a big city at the end of January and beginning of February. It will be a key date because the Catalan capital will really look its best during this period, as will be proven by the 40 florists who will join in the initiative and offer top-quality bouquets to their customers, at attractive prices too. All the restaurants, hotels, shops and other outlets participating in this festival of opportunities and dreams, will donate part of the money spent by visitors to charity. **BCNOW** stipulates that every sector involved in this fantastic week will team up with a foundation, NGO or association, to which they can donate some of their profits.

The fact is, just after the Christmas season, Barcelona doesn't want to pass up the opportunity to extend the festive spirit of solidarity with others. The city previously organised a similar event, **Barcelona Restaurant Week**, but it only focused on gastronomy. Now, however, the entire retail, hotel, cultural and leisure network of the Catalan capital has joined together to create a new framework, a backdrop for major retail and recreational attractions, to welcome its visitors with open arms. Staying in top hotels, savouring the finest dishes made by prize-winning chefs, visiting the most fascinating exhibitions at local museums, exploring the city's main shopping areas, will be an unforgettable experience between 28th January and 6th February. The fact is, **BCNOW**, as the name we have given this week of special offers and activities suggests, is a very good opportunity to come to (or come back to) Barcelona.

restaurants

food markets

■ **La capital catalana concentra, aquest hivern, atractives ofertes en una setmana de somni.** Sempre hi ha un motiu per visitar Barcelona. I sempre hi ha també alguna raó per tornar-hi. La ciutat posa a l'abast de tothom durant tot l'any un ampli ventall de possibilitats per gaudir de l'oci, la cultura i el temps de lleure. S'hi organitzen contínuament fires, convencions i exposicions de tot tipus, que se sumen a una extraordinària oferta de museus, un ric patrimoni arquitectònic distingit i protegit per la UNESCO, grans i petits teatres, sales de cinema amb pel·lícules en versió original, restaurants d'alta gastronomia, moderns i tradicionals, així com comerços de qualitat, molts hotels amb encant, un àmplia xarxa de transports públics, els millors partits de futbol i un llarg etcètera d'atractius, tan senzills com sofisticats. Però, què passaria si, durant tota una setmana, la capital catalana decidís convidar tothom a gaudir de la ciutat amb importants descomptes? Doncs, segurament, molts tindrien un al·licient més per conèixer per primer cop o per retrobar-se amb Barcelona.

Dit i fet. **Entre el 28 de gener i el 6 de febrer**, se celebrarà la **BCNOW**, un nou esdeveniment pensat per poder gaudir al màxim de les activitats i establiments de la capital catalana. I és que, sota aquestes sigles, s'amaga la **Barcelona Opportunity Week**, una setmana sensacional, on es podran comprar tot tipus de productes als comerços amb més d'un 50% de descompte, on els hotels tindran preus avantatjosos, on els restaurants de gamma alta prepararan menús a preus especials i on els populars mercats de barri brillaran com mai, amb les parades engalanades de fruites, verdures, embotits, peixos i carns de tot tipus de primera qualitat a unes tarifes que faran treure el singlot. Turisme de Barcelona (www.barcelonaturisme.cat), organitzador de la **BCNOW**, ha reunit una cinquantena d'hotels de tres, quatre, cinc i cinc estrelles gran luxe perquè participin en aquesta iniciativa i obrin les portes dels seus establiments amb preus especials i acullin tots els visitants que vulguin aprofitar aquesta setmana de grans oportunitats. Però no seran només uns dies per poder fruit d'una estada en hotels d'alta qualitat, amb spa i tot tipus de comoditats. Tampoc no serà tan sols una setmana per poder passejar per les principals àrees comercials i comprar tot allò que ens vingui de gust aprofitant les rebaixes. Tampoc no seran només unes dates ideals per poder degustar l'alta cuina barcelonina i catalana, premiada arreu del món i amb diversos xefs reconeguts amb les estrelles Michelin. Tant és així que serà un bon moment també per entrar en contacte amb l'amplíssima oferta cultural de Barcelona, amb museus, sales d'espectacles, teatres, musicals i concerts ben variats.

Està clar que la **Barcelona Opportunity Week (BCNOW)** és una cita molt assenyalada en el calendari de qualsevol persona o família que estigui pensant viatjar a una gran ciutat a finals de gener i principis de febrer. Ho és perquè la capital catalana agafarà un aire molt especial aquells dies, com ho demostren la quarantena de floristeries que s'hi sumaran i oferiran rams d'alta qualitat als seus clients, també, a uns preus atractius. En tots els casos, restaurants, hotels, comerços i d'altres establiments adherits a aquesta festa de les oportunitats i dels somnis, dedicaran una part de la despesa dels visitants a una causa benèfica. La **BCNOW** estableix que cada sector implicat en aquesta setmana de fantasia tingui associada una fundació, ONG o associació a la qual poder destinar-hi part dels guanys. I és que, just després de l'època nadalenca, Barcelona no vol deixar perdre l'ocasió de fer perdurar aquest esperit nadalenc de solidaritat amb els altres. La ciutat ja havia organitzat algun esdeveniment semblant amb anterioritat, com la **Barcelona Restaurant Week**, que se centrava només en la gastronomia. Ara, però, tot el teixit comercial, hoteler, cultural i d'oci de la capital catalana s'uneix per crear un nou marc, un escenari de grans atractius comercials i de lleure, per acollir amb els braços oberts els visitants. Allotjar-se en bons hotels, degustar els millors plats elaborats pels fogons més premiats, visitar les exposicions més captivadores dels museus locals, recórrer les zones més comercials de la ciutat serà una experiència inoblidable entre el 28 de gener i el 6 de febrer. I és que la **BCNOW**, tal com indica el nom amb el qual s'ha volgut batejar aquesta setmana d'ofertes i activitats, és una molt bona oportunitat per venir (o tornar) a Barcelona.



na This winter, the Catalan capital will bring together a series of attractive offers during a dream week unity Week

■ La capital catalana concentra, este invierno, atractivas ofertas en una semana de ensueño. Siempre hay un motivo para visitar Barcelona. Y siempre hay también alguna razón para volver. La ciudad pone al alcance de todo el mundo durante todo el año un amplio abanico de posibilidades para disfrutar del ocio, la cultura y el tiempo libre. Se organizan continuamente ferias, convenciones y exposiciones de todo tipo, que se suman a una extraordinaria oferta de museos, un rico patrimonio arquitectónico distinguido y protegido por la UNESCO, grandes y pequeños teatros, salas de cine con películas en versión original, restaurantes de alta gastronomía, modernos y tradicionales, así como comercios de calidad, muchos hoteles con encanto, una amplia red de transportes públicos, los mejores partidos de fútbol y un largo etcétera de atractivos, tan sencillos como sofisticados. Pero, ¿qué pasaría si, durante toda una semana, la capital catalana decidiera invitar a todo el mundo a disfrutar de la ciudad con importantes descuentos? Pues, seguramente, muchos tendrían un aliciente más para conocer por primera vez o para reencontrarse en Barcelona.

Dicho y hecho. Entre el 28 de enero y el 6 de febrero, se celebrará la **BCNOW**, un nuevo acontecimiento pensado para poder disfrutar al máximo de las actividades y establecimientos de la capital catalana. Y es que, bajo estas siglas, se esconde la Barcelona Opportunity Week, una semana sensacional, donde se podrán comprar todo tipo de productos en los comercios con más de un 50% de descuento, donde los hoteles tendrán precios ventajosos,

donde los restaurantes de gama alta prepararán menús a precios especiales y donde los populares mercados de barrio brillarán como nunca, con las paradas engalanadas de frutas, verduras, embutidos, pescados y carnes de todo tipo de primera calidad a unas tarifas que quitarán el hipo. Turisme de Barcelona (www.barcelonaturisme.cat), organizador de la **BCNOW**, ha reunido una cincuentena de hoteles de tres, cuatro, cinco y cinco estrellas gran lujo para que participen en esta iniciativa y abran las puertas de sus establecimientos con precios especiales y acojan a todos los visitantes que quieran aprovechar esta semana de grandes oportunidades. Pero no serán sólo unos días para poder disfrutar de una estancia en hoteles de alta calidad, con spa y todo tipo de comodidades. Tampoco será tan sólo una semana para poder pasear por las principales áreas comerciales y comprar todo aquello que nos apetezca aprovechando las rebajas. Tampoco serán sólo unas fechas ideales para poder degustar la alta cocina barcelonesa y catalana, premiada en cualquier parte del mundo y con varios chefs reconocidos con las estrellas Michelin. Tanto es así que también será un buen momento para entrar en contacto con la amplísima oferta cultural de Barcelona, con museos, salas de espectáculos, teatros, musicales y conciertos variados.

Está claro que la **Barcelona Opportunity Week (BCNOW)** es una cita muy señalada en el calendario de cualquier persona o familia que esté pensando viajar a una gran ciudad a finales de enero y principios de febrero. Lo es porque la capital catalana cogerá un

aire muy especial aquellos días, como lo demuestran las cuarenta floristerías que se sumarán y ofrecerán ramos de alta calidad a sus clientes, también, a unos precios atractivos. En todos los casos, restaurantes, hoteles, comercios y otros establecimientos adheridos a esta fiesta de las oportunidades y de los sueños, dedicarán una parte del gasto de los visitantes a una causa benéfica. La **BCNOW** establece que cada sector implicado en esta semana de fantasía tenga asociada una fundación, ONG o asociación a la que poder destinar parte de las ganancias. Y es que, justo después de la época navideña, Barcelona no quiere dejar perder la ocasión de hacer perdurar este espíritu navideño de solidaridad con los demás. La ciudad ya había organizado algún acontecimiento parecido con anterioridad, como la Barcelona Restaurant Week, que se centraba sólo en la gastronomía. Pero ahora todo el tejido comercial, hotelero, cultural y de ocio de la capital catalana se une para crear un nuevo marco, un escenario de grandes atractivos comerciales y de ocio, para acoger con los brazos abiertos a los visitantes. Alojarse en buenos hoteles, degustar los mejores platos elaborados por los fogones más premiados, visitar las exposiciones más cautivadoras de los museos locales, recorrer las zonas más comerciales de la ciudad será una experiencia inolvidable entre el 28 de enero y el 6 de febrero. Y es que la **BCNOW**, tal y como indica el nombre con el que se ha querido bautizar esta semana de ofertas y actividades, es una muy buena oportunidad para venir (o volver) a Barcelona.

hotels

www.bcnnow.cat

culture

flowers





Unforgettable experiences

Barcelona offers its most select visitors unique activities

■ What does it feel like to drive a Formula 1 car? Or to take a helicopter ride over the Sagrada Família and La Pedrera? Can culinary ecstasy be achieved by tasting dishes prepared by the world's top chefs? In Barcelona it can, because everything is possible in the capital of Mediterranean Europe, because it offers everything to make it possible. For years now, the city has been an exclusive travel destination for visitors who want to enjoy unique and unforgettable experiences. There is a special programme, Barcelona Premium (www.barcelonapremium.cat) and its range of activities grows year after year with new establishments and new challenges for visitors. A luxury stay in the Catalan capital is synonymous with experiencing everlasting sensations. There are as many possibilities as you can imagine, and many more besides, ranging from private tours of *modernista* buildings that are usually closed to the public, to hiring a wide range of dream vehicles, from amazing yachts to helicopters (www.cathelicopters.com), limousines and even racing cars. Barcelona doesn't only have a sporting marina, made famous during the 1992 Olympics; it has an airport for private jets, a heliport and even a race track (www.circuit.cat) which hosts Formula 1 and motorcycle Grands Prix every year. Petrol heads can try their hand at driving the best Ferraris, Lamborghinis and Porsches in the world. They can also be a co-driver in a Formula 1 car,

■ **Barcelona ofereix activitats úniques per als visitants més exclusius.** Què se sent conduint un fórmula 1? I sobrevolant la Sagrada Família o la Pedrera en helicòpter? És possible arribar a l'èxtasi culinari degustant els plats dels millors xefs del món? A Barcelona sí, perquè a la capital euromediterrània tot és possible, perquè hi ha tota l'oferta necessària per fer-ho possible. La ciutat ja fa anys que s'ha posicionat com a destinació de viatges exclusius adreçats a viatgers que volen viure experiències úniques i inoblidables. Existeix el programa Barcelona Premium (www.barcelonapremium.cat) i l'oferta d'activitats creix any rere any i incorpora nous establiments i nous reptes per als visitants. Una estada de luxe a la capital catalana és sinònim de viure sensacions que perduren. Hi ha tantes possibilitats com un pot imaginar-se i moltes més, des de fer visites particulars a edificis modernistes que normalment estan tancats al públic fins a llogar una àmplia gamma de vehicles de somni, des de fantàstics iots fins a helicòpters (www.cathelicopters.com), limusines o, fins i tot, cobres de carreres. I és que Barcelona no només té un port esportiu, famós pels Jocs Olímpics de 1992, sinó que disposa d'aeroport per a jets privats, heliport i, fins i tot, un circuit (www.circuit.cat) on cada any se celebren grans premis de Fórmula 1 i motociclisme. Els amants de la velocitat poden provar a conduir-hi els millors Ferrari, Lamborghini i Porsche del món. També, hi ha la possibilitat de copilotar un F1, entrar en contacte amb la fórmula Renault o recórrer una pista *off-road* amb un dels clàssics *buggies*. Les activitats

■ **Barcelona ofrece actividades únicas para los visitantes más exclusivos.** ¿Qué se siente conduciendo un fórmula 1? ¿Y sobrevolando la Sagrada Família o la Pedrera en helicóptero? ¿Es posible llegar al éxtasis culinario degustando los platos de los mejores chefs del mundo? En Barcelona sí, porque en la capital euromediterránea todo es posible, porque hay toda la oferta necesaria para hacerlo posible. La ciudad ya hace años que se ha posicionado como destino de viajes exclusivos dirigidos a viajeros que quieren vivir experiencias únicas e inolvidables. Existe el programa Barcelona Premium (www.barcelonapremium.cat) y la oferta de actividades crece año tras año e incorpora nuevos establecimientos y nuevos retos para los visitantes. Una estancia de lujo en la capital catalana es sinónimo de vivir sensaciones que perduran. Hay tantas posibilidades como uno puede imaginarse y muchas más, desde visitas particulares a edificios modernistas que normalmente están cerrados al público, hasta el alquiler de una amplia gama de vehículos de ensueño, desde fantásticos yates a helicópteros (www.cathelicopters.com), limusinas o, incluso, coches de carreras. Y es que Barcelona no sólo tiene un puerto deportivo, famoso por los Juegos Olímpicos de 1992, sino que cuenta con aeropuerto para jets privados, heliporto e, incluso, un circuito (www.circuit.cat) donde cada año se celebran grandes premios de Fórmula 1 y motociclismo. Los amantes de la velocidad pueden probar de conducir los mejores Ferrari, Lamborghini y Porsche del mundo. También, hay la posibilidad



experience the Renault Formula 1 circuit and drive a classic off-road buggy. The activities are never-ending in a city that has always lived side by side with top-level motor sports.

There are other ways of enjoying exclusive experiences without needing to fly, drive or sail. Doing some retail therapy in the city's most luxurious shopping areas is a way of discovering a captivating Barcelona that brings together one of the widest and most unique ranges of clothing, jewellery and designs. You can buy tailor-made dresses, which will please even the most demanding brides. The world's leading brands are represented in the Catalan capital and many even hail from here. There are sales advisors who will help choose the products that best suit the customer's needs. Personalised assistance in exclusive shops such as Loewe (www.loewe.com), Bugués (www.bagues.com), Union Suiza (www.unionsuiza.com), Santa Eulalia (www.santaaulalia.com) and many others will ensure the experience is an unforgettable one. These shops have private showrooms and staff that speak several languages. Shoppers can also have their purchases sent to their hotel.

And to replenish energy levels there's nothing better than trying out some of the city's exclusive spas and wellness centres, many of them at luxury hotels, such as the Juan Carlos I (www.hrjuancarlos.com), W Barcelona (www.w-barcelona.cat), Mandarin Oriental (www.mandarinoriental.es) and Arts (www.hotelartsbarcelona.com). Most of these de-luxe establishments have Michelin-starred restaurants, such as Àbac (www.abacbarcelona.com), Condes de Barcelona (www.condesdebarcelona.com) and Omm (www.hotelomm.es). But that's not all. Barcelona's has a rich and varied luxury culinary offering, ranging from private tastings to the busy Boqueria Market (www.boqueria.info), from wine tastings (www.vilaviniteca.es and www.monvnic.com) to the chance to check out the skills of the chefs at some of the city's longest-standing restaurants, such as Via Veneto (www.viavenetorestaurant.com). Top-notch adventure, fun and relaxation. Barcelona has all this in store for its most select visitors.

són infinites en una ciutat que sempre ha viscut de cara al motor de més alt nivell.

Però, també hi ha altres formes de viure experiències exclusives sense necessitat de volar, pilotar o navegar. I és que anar de compres per les zones comercials més luxoses de la ciutat és una forma de descobrir una Barcelona captivadora, que reuneix una de les ofertes més àmplies i úniques en roba, joies i dissenys de tot tipus. Es poden comprar vestits fets a mida, fins i tot per a les núvies més exigents. Les millors firmes, d'ample reconeixement internacional estan representades a la capital catalana i moltes d'elles fins i tot han nascut aquí. Hi ha assessors de compres que, amb els seus consells, ajuden a triar els millors productes que s'ajusten més bé als desitjos del comprador. L'atenció personalitzada en botigues tan detallistes com Loewe (www.loewe.com), Bugués (www.bagues.com), Union Suiza (www.unionsuiza.com) i Santa Eulalia (www.santaaulalia.com) i moltes altres farà que l'experiència perdi en la memòria. Aquests comerços tenen zones privades, personal que parla diversos idiomes i serveis per enviar la compra a l'hotel, entre d'altres.

I per recuperar forces no hi ha res millor que provar alguns dels exclusius spas i centres *wellness* de la ciutat, molts dels quals estan situats en hotels de luxe, com ara el Juan Carlos I (www.hrjuancarlos.com), el W Barcelona (www.w-barcelona.cat), el Mandarin Oriental (www.mandarinoriental.es) i l'Arts (www.hotelartsbarcelona.com). La majoria d'aquests establiments de categoria superior també disposen de restaurants amb estrella Michelin, com l'Àbac (www.abacbarcelona.com), el Condes de Barcelona (www.condesdebarcelona.com) i l'Omm (www.hotelomm.es). Però, això no s'acaba aquí, perquè l'oferta gastronòmica de luxe és tan variada en aquesta ciutat que inclou des de degustacions privades al popular mercat de la Boqueria (www.boqueria.info), fins a tasts de vins (www.vilaviniteca.es i www.monvnic.com) i la possibilitat de comprovar les habilitats a la cuina dels fogons més arrelats a la ciutat, com els de Via Veneto (www.viavenetorestaurant.com). Aventura, diversió i relaxació al més alt nivell. Això és el que té Barcelona guardat per als visitants més exclusius.

de copilotar un F1, entrar en contacte amb la fórmula Renault o recórrer una pista *off-road* amb uno de los clásicos *buggies*. Las actividades son infinitas en una ciudad que siempre ha vivido de cara al motor de más alto nivel.

Però també hay otras formas de vivir experiencias exclusivas sin necesidad de volar, pilotar o navegar. Y es que ir de compras por las zonas comerciales más lujosas de la ciudad es una forma de descubrir una Barcelona cautivadora, que reúne una de las ofertas más amplias y únicas en ropa, joyas y diseños de todo tipo. Se pueden comprar vestidos hechos a medida, incluso para las novias más exigentes. Las mejores firmas, de amplio reconocimiento internacional, están representadas en la capital catalana y muchas de ellas incluso han nacido aquí. Hay asesores de compras que, con sus consejos, ayudan a elegir los mejores productos que se ajustan mejor a los deseos del comprador. La atención personalizada en tiendas tan detallistas como Loewe (www.loewe.com), Bugués (www.bagues.com), Union Suiza (www.unionsuiza.com) y Santa Eulalia (www.santaaulalia.com) y otras muchas hará que la experiencia perdure en la memoria. Estos comercios tienen zonas privadas, personal que habla varios idiomas y servicios para enviar la compra al hotel, entre otros.

Y para recuperar fuerzas no hay nada mejor que probar algunos de los exclusivos spas y centros *wellness* de la ciudad, muchos de los cuales están situados en hoteles de lujo, como por ejemplo el Juan Carlos I (www.hrjuancarlos.com), el W Barcelona (www.w-barcelona.cat), el Mandarin Oriental (www.mandarinoriental.es) y el Arts (www.hotelartsbarcelona.com). La mayoría de estos establecimientos de categoría superior también disponen de restaurantes con estrella Michelin, como el Àbac (www.abacbarcelona.com), el Condes de Barcelona (www.condesdebarcelona.com) y el Omm (www.hotelomm.es). Pero esto no se acaba aquí, porque la oferta gastronómica de lujo es tan variada en esta ciudad que incluye desde degustaciones privadas en el popular mercado de la Boqueria (www.boqueria.info), hasta catas de vinos (www.vilaviniteca.es y www.monvnic.com) y la posibilidad de comprobar las habilidades en la cocina de los fogones más arraigados en la ciudad, como los de Via Veneto (www.viavenetorestaurant.com). Aventura, diversión y relajación al más alto nivel. Esto es lo que Barcelona guarda para sus visitantes más exclusivos.

Coming Soon

**SITC
International Tourism
Show in Catalonia**

Fira de Barcelona
7th - 10th April

Sant Jordi's day
23th April

**59th Conde de Godó
Trophy**
Reial Club de Tennis Barcelona
16th - 24th April

**Euroleague Final
Four**
Palau Sant Jordi
6th - 8th May

Sant Ponç Festivity
11th May

Saló Automòbil
Fira de Barcelona
7th - 15th May

GP F1
Circuit de Catalunya
20th - 22th May

Moto GP
Circuit de Catalunya
3th - 5th June

SONAR
17th - 18th June

A city for running

There are more and more people who are joining the keen runners of Barcelona to take advantage of the large number of tracks and races in the city and to visit Barcelona

■ The Catalan capital has 11 running circuits. The longest (Diagonal-Cervantes) covers a distance of 3.5 kilometres, and the shortest (in the Parc del Clot and the Parc de Joan Miró) are 700 metres long. They all have an added attraction: they offer the possibility to do sport inside true green "lungs". Some of them are set in beautiful grounds, such as the Parc de la Ciutadella, or boast wonderful panoramic views of Barcelona, such as Montjuïc Castle. Between January and December, the city organises more than 20 community races, from the marathon and half-marathon to the traditional Sant Silvestre race held on New Year's Eve, the Sagrada Família Mile, the Nike Firefighters' Race, the Mercè Race, the El Corte Inglés Race, the Triathlon, the Women's Race and the Jean Bouin. They all attract more and more participants every year because in Barcelona running is more than a sport.

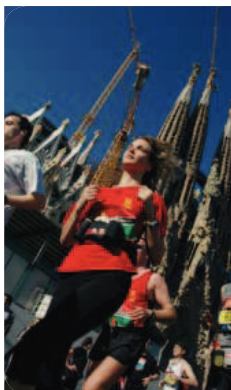
■ Cada cop són més les persones que s'afegeixen als barcelonins, grans amants de l'atletisme, i aprofiten l'àmplia oferta de circuits i curses de **running** de la ciutat per visitar Barcelona. A la capital catalana hi ha 11 grans circuits urbans per córrer, el més llarg (Diagonal-Cervantes) és de 3,5 quilòmetres, i els més curts (als parcs del Clot i de Joan Miró) tenen 700 metres. Però, tots, tenen un atractiu afegit, i és que ofereixen la possibilitat de practicar esport en autèntics pulmons verds; alguns, de gran valor paisatgístic, com la Ciutadella, o que ofereixen esplèndides vistes panoràmiques de Barcelona, com els del Castell de Montjuïc. De forma paral·lela, entre gener i desembre, la ciutat organitza més d'una vintena de curses populars, des de la marató i la mitja marató a la tradicional de Sant Silvestre, passant per la Milla Sagrada Família, la Cursa Nike de Bombers, la Cursa de la Mercè, la Cursa El Corte Inglés, el Triatló, la Women Race i la Jean Bouin. Totes guanyen participants any rere any, perquè el **running**, a Barcelona, és més que un esport.

■ Cada vez son más las personas que se añaden a los barceloneses, grandes amantes del atletismo, y aprovechan la amplia oferta de circuitos y carreras de **running** de la ciudad para visitar Barcelona. En la capital catalana hay 11 grandes circuitos urbanos para correr, el más largo (Diagonal-Cervantes) es de 3,5 kilómetros, y los más cortos (en los parques del Clot y de Joan Miró) tienen 700 metros. Pero, todos, tienen un atractivo añadido, y es que ofrecen la posibilidad de practicar deporte en auténticos pulmones verdes; algunos, de gran valor paisajístico, como la Ciutadella, o que ofrecen espléndidas vistas panorámicas de Barcelona, como los del Castillo de Montjuïc.



De forma paralela, entre enero y diciembre, la ciudad organiza más de una veintena de carreras populares, desde el maratón y el medio maratón a la tradicional de Sant Silvestre, pasando por la Milla Sagrada Família, la Carrera Nike de Bombers, la Carrera de la Mercè, la Carrera El Corte Inglés, el Triatló, la Women Race y la Jean Bouin. Todas ganan participantes año tras año, porque el **running**, en Barcelona, es más que un deporte.

12,000 athletes for the Barcelona Marathon



■ On 6th March, more than 12,000 athletes will be taking part in the 33rd Barcelona Marathon, the athletics competition of these characteristics which attracts the greatest number of runners in Spain and has the greatest number of competitors who complete the course. The race is so popular that half the runners come from abroad.

■ Més de 12.000 atletes participaran el 6 de març en la 33 Marató de Barcelona, la prova atlètica d'aquestes característiques amb més inscrits d'Espanya i,

també, amb més participants que acostumen a completar el recorregut. La cursa té tanta tirada, que la meitat són corredors estrangers.

■ Más de 12.000 atletas participarán el 6 de marzo en el 33 Maratón de Barcelona, la prueba atlética de estas características con más inscritos de España y, también, con más participantes que acostumbran a completar el recorrido. La carrera tiene tanto tirón, que la mitad son corredores extranjeros.

Info: www.barcelonamarato.es

Urban fashion makes a date with The Brandery

■ The latest trends and designs in urban contemporary fashion will be back in Barcelona at the end of January at the trade show The Brandery. This international event was created in the Catalan capital as a showcase for all the latest trends in the sector. It also hosts a variety of complementary activities.

■ Les últimes tendències i dissenys del món de la moda urbana contemporània es tornen a reunir a Barcelona a finals del mes de gener al voltant de la fira The Brandery, un saló internacional creat a la capital catalana per mostrar totes les novetats del sector, amb diverses activitats paral·leles.



■ Las últimas tendencias y diseños del mundo de la moda urbana contemporánea se vuelven a reunir en Barcelona a finales del mes de enero en torno a la feria The Brandery, un salón internacional creado en la capital catalana para mostrar todas las novedades del sector, con varias actividades paralelas.

Info: www.thebrandery.com

Another congress on Asian tourism

■ Barcelona's Casa Àsia will be hosting the 2nd International Congress on Asian Tourism in Barcelona in early February, in association with Turespaña, the Agència Catalana de Turisme and Turisme de Barcelona.

■ La Casa Àsia de Barcelona, en col·laboració amb Turespaña, l'Agència Catalana de Turisme i Turisme de Barcelona, organitza la segona edició del Congrés

Info: www.casaasia.es

Internacional sobre Turisme Asiàtic, que se celebrarà per segon cop a la ciutat a principis del mes de febrer.

■ La Casa Asia de Barcelona, en colaboración con Turespaña, la Agencia Catalana de Turismo y Turisme de Barcelona, organiza la segunda edición del Congreso Internacional sobre Turismo Asiático, que se celebrará por segunda vez en la ciudad a principios del mes de febrero.

New flights to Sao Paulo and Miami

■ From March onwards, Singapore Airlines and Spanair will be operating three non-stop flights a week to Sao Paulo. Iberia will also be covering this route to Brazil and launching a new direct flight to Miami. Aerolíneas Argentinas already operate a flight between Barcelona and Buenos Aires.

■ Singapore Airlines i Spanair operaran a partir de març tres vols directes per setmana a Sao Paulo. Iberia també cobrirà

Info: www.singaporeair.com, www.iberia.es and www.aerolineasargentinas.com.ar

aquesta ruta al Brasil i una de nova, directa, a Miami. I Aerolíneas Argentinas ja uneix Barcelona i Buenos Aires.

■ Singapore Airlines y Spanair operarán a partir de marzo tres vuelos directos por semana a Sao Paulo. Iberia también cubrirá esta ruta a Brasil y una nueva, directa, a Miami. Y Aerolíneas Argentinas ya une Barcelona y Buenos Aires.

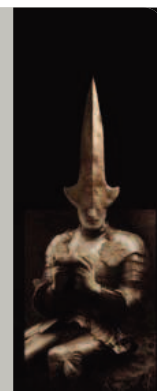
The best of Wagner at the Liceu

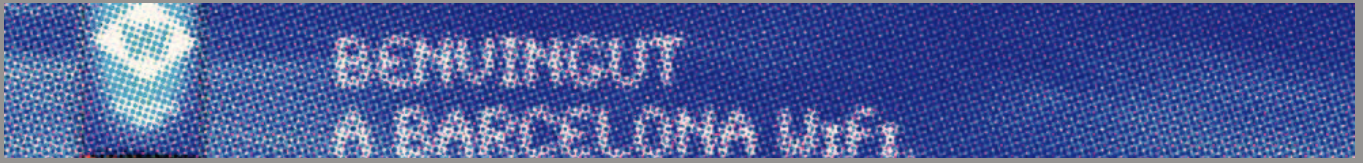
■ The Zurich Opernhaus and the Gran Teatre del Liceu are bringing one of Wagner's finest works, *Parsifal*, to Barcelona. The Barcelona opera house will be staging this production, which is directed by Claus Guth and features a cast headed by Klaus Florian Vogt and Anja Kampe, in February and March.

■ Amb la direcció de Claus Guth i amb Klaus Florian Vogt i Anja Kampe encapçalant el repartiment, l'Opernhaus de Zuric i el Gran Teatre del Liceu porten a Barcelona el millor Wagner, *Parsifal*, que es podrà veure al coliseu barceloní al febrer i al març.

■ Con la dirección de Claus Guth y con Klaus Florian Vogt y Anja Kampe encabezando el reparto, el Opernhaus de Zürich y el Gran Teatre del Liceu traen a Barcelona el mejor Wagner, *Parsifal*, que se podrá ver en el coliseo barcelonés en febrero y en marzo.

Info: www.liceubarcelona.cat



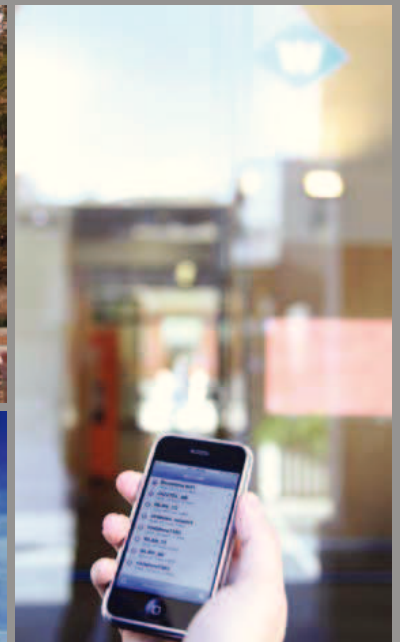
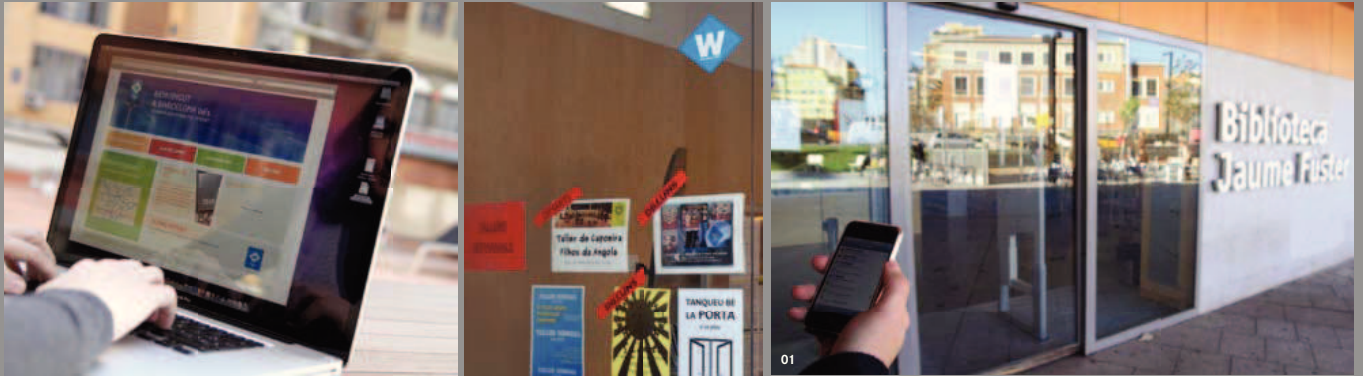


WiFi for all

■ Barcelona has 500 free internet hotspots that you can log on to through its powerful WiFi network at its public facilities, including libraries, sports complexes, markets, cultural centres, museums and parks. Anyone with a laptop, palmtop or any other mobile device can access the service free of charge.

■ **Wi-Fi per a tothom.** Barcelona disposa de mig miler de punts senyalitzats per connectar-se gratis a Internet a través d'una potent xarxa Wi-Fi distribuïda per diversos equipaments públics, com biblioteques, poliesportius, mercats, centres culturals, museus o parcs. S'hi pot accedir lliurement des d'ordinadors portàtils, PDA o qualsevol altre dispositiu mòbil.

■ **Wi-Fi para todo el mundo.** Barcelona cuenta con medio millar de puntos señalizados para conectarse gratis a Internet a través de una potente red Wi-Fi distribuida por varios equipamientos públicos, como bibliotecas, polideportivos, mercados, centros culturales, museos o parques. Se puede acceder libremente desde ordenadores portátiles, PDA o cualquier otro dispositivo móvil.



01 - 02
Jaume Fuster library
03
Parc de la Creueta
del Coll
08 - 09
Concepció market



04

05