

Turisme de Barcelona Memòria 2023

→ 23



Índex

Presentacions_ p. 3

01. Promoció_ p. 8

02. Màrqueting_ p. 15

03. Turisme professional_ p. 26

04. Sostenibilitat_ p. 29

05. Comunicació i Premsa_ p. 31

06. Membres i partenariat_ p. 34

**07. Servei d'Atenció
al visitant i Venda en línia_** p. 37

**08. Recursos Humans
i Organització_** p. 40

**09. Compliance
i Transparència_** p. 41

10. Eines Tecnològiques_ p. 42

11. Activitat turística_ p. 43

12. Acords_ p. 47

13. Contractes_ p. 48

14. Pressupost_ p. 49

Una nova destinació Barcelona

Josep Santacreu

President de la Cambra de Comerç de Barcelona



El 2023 va ser un any molt positiu per a la destinació Barcelona. Prop de 26 milions de turistes van visitar la demarcació, un 23% més, amb 99 milions de pernотacions i un impacte directe de 12.750 M€. Per la seva banda, l'Aeroport de Barcelona va encapçalar una recuperació vigorosa, de quasi 50 milions de passatgers. Si ens fixem en les dades de Barcelona ciutat, val la pena remarcar què el retorn econòmic del turisme a la capital va ser superior al del 2019, abans de la crisi de la Covid-19, tot i que la xifra de visitants fou inferior; un fenomen en què l'augment de les pernотacions i de la mitjana de despesa per turista ha estat un factor clau.

Segons les enquestes, la majoria de la població entén que el turisme és beneficiós. Efectivament, es tracta d'un motor econòmic i generador d'ocupació i riquesa, però també és cert que la preocupació per l'impacte del turisme ha augmentat en els

darrers anys. Aquest és un senyal que ens indica que hem d'avançar envers un model turístic més responsable i sostenible, sense renunciar al gran valor que ens aporta el turisme. Seguint la tendència que s'ha produït en el 2023 a Barcelona, hem de treballar per a aconseguir un model que fomenti que el turista passi més dies al territori i gastí més, i mantenir l'impacte econòmic sense la necessitat de créixer de manera desmesurada en la xifra de visitants i alimentar el problema de la massificació als nuclis urbans. També hem de continuar potenciant les activitats que generen valor més enllà del «sol i platja», com la cultura i l'esport. Barcelona té un gran potencial també en el sector MICE, amb més de 450 congressos el 2023, i des de l'Aeroport es treballa per a reforçar les destinacions d'ampli radi i atraure nous perfils de visitant. Es tracta, doncs, de créixer en qualitat en lloc de fer-ho en quantitat: que la

riquesa que genera el turisme arribi a tota la societat i sigui una oportunitat, en especial per al desenvolupament i el benestar dels més desafavorits. En definitiva, ha de ser un model que abanderi un creixement equilibrat, sostenible i equitatiu. Les empreses han demostrat la seva resiliència i el seu compromís amb valors més responsables, i Turisme de Barcelona ha de ser el pilar que els doni suport perquè liderin aquest nou model.

Gestionar l'èxit perquè sigui compartit

Jordi Valls

Quart Tinent d'Alcaldia d'Economia, Hisenda, Promoció Econòmica i Turisme
Ajuntament de Barcelona

Les dades turístiques de 2023 que podreu llegir en aquesta memòria permeten afirmar que Barcelona, no només s'ha recuperat de les dificultats acumulades els darrers anys (pandèmia, inflació, competència, inestabilitat internacional...) sinó que n'ha sortit més preparada, i amb un compromís clar perquè l'èxit com a destinació global es posi al servei del conjunt de la ciutadania: promovent un turisme més sostenible i socialment responsable.

La fortalesa del sector és una oportunitat per situar la gestió del turisme com a estratègia prioritària pel futur: cal augmentar el seu retorn econòmic, reduir-ne els costos (socials, ambientals, de convivència) i redistribuir-ne els beneficis (entre sectors, en drets laborals i sous, i també entre barris). Un turisme millor que faci compatible la visita amb la vida permanent a la ciutat i que redueixi la seva petjada ecològica i

els seus efectes en el canvi climàtic, que generi prosperitat compartida entre tots els sectors socials que hi treballen, i que sigui, en definitiva, cada cop més responsable socialment i més sostenible.

Volem que aquest sigui un repte compartit, no només per les administracions sinó també pels sectors econòmics implicats, i comptem per fer-ho amb el compromís del Consorci Turisme de Barcelona. Només des de la col·laboració i la coresponsabilitat públic-privada, que és el nostre ADN de ciutat, podem fer front als reptes i la modernització que volem assolir. És avançant-se als temps com Barcelona ha aconseguit sempre el seu lideratge.

L'any 2023, com deia, ens mostra una economia del visitant ja plenament recuperada dels efectes de la pandèmia i amb signes d'estar avançant en la bona direcció,

enfocada en la qualitat i no el volum. L'any passat es van allotjar a la ciutat 12 milions de turistes, una xifra lleugerament inferior a la de 2019, que evidencia però que Barcelona no ha perdut capacitat d'atracció i de projecció internacional després de l'aturada per la covid19.

Cal remarcar que aquests visitants han incrementat les seves pernoctacions, l'estada mitjana i la despesa per visitant. En definitiva, ha augmentat el retorn econòmic a la ciutat, i això té també un impacte social directe en termes de creació d'ocupació: el 3r trimestre va créixer un 8,3% --més que en cap altre sector--, i per primera vegada, dels gairebé 130.000 contractes signats el 2023 en el conjunt del sector turístic, més de la meitat eren de caràcter indefinit. Sens dubte, bones notícies que cal continuar impulsant perquè el sector turístic, que té un pes rellevant en l'economia de la ciutat, sigui generador d'ocupació de

qualitat i d'oportunitats professionals i formatives.

Finalment, vull traslladar l'agraïment a l'equip de professionals del Consorci Turisme de Barcelona i expressar la voluntat de liderar aquesta transformació de la mà de tots els membres del seu nou Consell General i nou equip directiu.



Nova etapa per un turisme de qualitat

Jordi Clos

President del Comitè Executiu de Turisme de Barcelona

El turisme és el primer sector de l'economia a Barcelona i n'hem d'estar orgullosos. Tenim una marca forta i resilient, amb una projecció internacional que ens permet liderar projectes culturals o socials i dinamitzar l'economia en forma de talent i d'oportunitats de negoci. Aquesta realitat és fruit d'una tasca compartida entre empreses, empresaris, emprenedors i també polítics, que han fet de Barcelona un cas d'èxit econòmic i alhora social. Un èxit que s'ha de gestionar intel·ligentment: per la part pública, procurant pel seu impacte i la part de Turisme de Barcelona, canviant el «més» pel «millor» turisme.

Amb aquesta diagnosi a les mans, a Turisme de Barcelona hem iniciat una nova etapa, que va començar a finals del 2023, amb totes les administracions i les parts integrants que conformen el Consorci perfectament alineades. Això significa que tenim una bona oportunitat de fer el pas necessari per a excel·lir en

un turisme de qualitat, més sostenible, més cultural i que generi més retorn. I ho hem començat a fer amb un nou Consell General i una nova direcció al capdavant que aposta decididament i convençudament per la qualitat i la sostenibilitat.

Créixer en qualitat vol dir, bàsicament, que els visitants vinguin amb un propòsit concret, sigui per assistir a una fira o un congrés, o sigui per una exposició o un concert de música. I això significa fer un gir en la tasca del Consorci: deixar de promocionar la destinació, de manera genèrica, per a promocionar el producte i la seva oferta. Producte és relat; producte és explicar al món que tenim els millors festivals de música, les millors exposicions d'artistes, esdeveniments com la Copa Amèrica, que ens situa en l'esport d'elit i en el marc de l'economia blava, i també vol dir que tenim els millors congressos de tecnologia i medicina, amb els millors metges del món i la millor arquitectura. En base a aquesta oferta i a un bon

producte, ens arribarà un determinat tipus de visitant per fer de la nostra, una destinació de qualitat.

Tot això ho hem de fer amb l'ajut de la digitalització i de les plataformes tecnològiques que ens permetran prescriure i promocionar de manera intel·ligent, per a millorar l'experiència del visitant i ajudar en la gestió. Això és el que hem començat a fer ja aquest 2023, i amb l'ajut dels fons europeus Next Generation anirem introduint importants millores en el nostre dia a dia per assolir els objectius traçats i acordats.

Turisme de Barcelona i l'equip de professionals que en formen part ha començat a treballar en aquesta direcció i des d'aquesta nova òptica. No és el moment de créixer, sinó de reconvertir i transformar des del model propi de col·laboració publicoprivada.



Òrgans de govern

A partir de Juny de 2023



Comitè Executiu

President (Cambra de Comerç de Barcelona)

Jordi Clos i Llombart

Vicepresident 1r (Ajuntament de Barcelona)

Jordi Valls Riera

Vicepresident 2n (Fundació Barcelona Promoció)

Manel Casals i Saborit

Vocal (Ajuntament)

Laia Claverol Torres

Vocal (Ajuntament)

Miquel Rodríguez Planas

Vocal (Ajuntament)

Xavier Suñol i Ferrer

Vocal (Cambra de Comerç de Barcelona)

Isabel Galobardes Mendoza

Vocal (Cambra de Comerç de Barcelona)

Salva Vendrell Melendo

Vocal (Cambra de Comerç de Barcelona)

Marta Angerri Feu

Vocals (Fundació Barcelona Promoció)
Joan Gaspart i Solves

Membres sense vot (Gerent Cambra de Comerç de Barcelona)

Eva Borràs i Balcells (Fins Des)

Secretari

Ignacio Toda i Jiménez

Consell General

President

Jaume Collboni i Cuadrado

Ajuntament de Barcelona, Alcalde de Barcelona

Vice-president 1er (Cambra)

Josep Santacreu i Bonjonch

Cambra de Comerç de Barcelona, Presidenta

Vice-president 2n (Ajuntament)

Jordi Valls i Riera

Ajuntament de Barcelona, 4rt Tinent d'alcalde. Àrea d'Economia, Hisenda, Prom. Econòmica i Turisme

Vice-president 3r (Fundació)

Manel Casals i Saborit

Gremi d'Hotels, Director General

Vocal (Ajuntament)

Laia Claverol Torres

Ajuntament de Barcelona, Gerent Àrea d'Economia

Vocal (Ajuntament)

Miquel Rodríguez Planas Ajuntament de Barcelona, Gerent Promoció Econòmica

Vocal (Ajuntament)

Abigail Garrido

Diputació Barcelona, Diputada de Turisme

Vocal (Ajuntament)

Raquel Gil Eiroà

Ajuntament de Barcelona, Regidora de Promoció Econòmica

Vocal (Ajuntament)

Pau Solanilla Franco

Ajuntament de Barcelona, Comissionat RRll i Promoció de Ciutat

Vocal (Ajuntament)

Jordi Coronas Martorell, Ajuntament de Barcelona, Regidor d'ERC

Vocal (Ajuntament)

Joana Ortega Alemany, Ajuntament de Barcelona, Regidora Trias per Barcelona

Vocal (Ajuntament)

Daniel Sirera Bellés Ajuntament de Barcelona Regidor del Partit Popular

Vocal (Ajuntament)

Gonzalo de Oro-Pulido Plaza Ajuntament de Barcelona Regidor de Vox

Vocal (Ajuntament)

Janet Sanz i Cid

Ajuntament de Barcelona Regidora Barcelona en Comú

Vocal (Ajuntament)

Xavier Suñol i Ferrer

Ajuntament de Barcelona, Director de Turisme i Esdeveniments

Vocal (Cambra)

Jordi Clos i Llombart

Derby Hotels, President

Vocal (Cambra)

Marta Angerri Feu, Ametller Origen, Directora Finançament Europeu, Afers Publics, Sostenibilitat i RSC

Vocal (Cambra)

Salva Vendrell i Melendo

Gremi Restauració, President

Vocal (Cambra)

Isabel Galobardes Mendoza

Pimec Turisme, Presidenta

Vocal (Cambra)

Marco Sansavini (Sandra Hors)

Vueling, President

**Vocal (Cambra)**

Eduard Romeu i Barceló,
FC Barcelona, Vicepresident Econòmic

Vocal (Cambra)

David García Blancas,
PortAventura, Director

Vocal (Cambra)

Jordi Herrerueta Salas,
Barcelona Music Lab, President

Vocal (Cambra)

Consantí Serrallonga Tintoré
Fira de Barcelona, Director General

Vocal (Cambra)

Lluís Sans Mercé
Santa Eulàlia, President

Vocal (Cambra)

Xavier Carbonell i Roura
Cambra de Comerç de Barcelona,
Gerent Fundació Bcn Promoció

Vocal (Fundació Barcelona Promoció)

Joan Gaspart i Solves Husa
President

Vocal (Fundació)

Jordi Espelt Manrique
H10, Conseller Delegat

Vocal (Fundació)

Miquel Martí Escursell
Moventia, President

**Membre sense vot
(Direcció General TB)**

Mateu Hernández
Turisme de Barcelona, Director
General

Membre sense vot

(Gerent Cambra)

**Cambra de Comerç, Indústria
i Navegació de Barcelona**

Director Gerent

Secretari Consorci

Ignacio Toda i Jiménez Toda & Nello,
Advocat

Promoció



Turisme de Barcelona fa una promoció segmentada, pensant en la lògica de públics estratègics per a la ciutat i per a la destinació. Així, tota l'acció promocional es desenvolupa d'acord amb els segments establerts i també per mitjà d'accions més genèriques, amb participació en les principals cites internacionals, com ara fires o certàmens.

Fires i tallers

— FITUR Madrid

18-22 de gener

Mercat: Nacional/Internacional

Assistència institucional a la fira estatal, així com *networking* i reunions amb oficines espanyoles de turisme per a planificar les accions estratègiques de l'any. Conjuntament amb la Diputació de Barcelona, es van remarcar la 37a Copa Amèrica Barcelona, *Barcelona's Best Experiences* i el Centenari de la Fundació Antoni Tàpies, entre altres presentacions.

— Jornades de Turespaña a Oman «Marhaba Spain–France Oman 2023»

6-9 de març

Mercat: Orient Mitjà

(segments oci i Premium)

Participació en les jornades de promoció i comercialització organitzades per Turespaña a Oman (Masqat), amb la participació de 132 operadors turístics i agents de diversos països, com els Emirats Àrabs Units, l'Àràbia Saudita, Qatar, Kuwait, Oman o Bahrain, entre d'altres. Pel que fa expositors, es va comptar amb 70 participants entre destinacions i empreses d'Espanya i França.

Durant dos dies, es van mantenir reunions prèviament programades amb més de 36 compradors del segment de l'oci i Premium, i es va assistir a diversos esdeveniments paral·lels, així com a una presentació per part de Turespaña.

— ITB Berlín

7-9 de març

Mercat: Europeu/Internacional

Participació presencial en una de les fires europees més rellevants del sector, en la qual es van organitzar reunions amb agents i operadors turístics, i assistència a

conferències relacionades amb el sector turístic.

— Visites promocionals amb Acció a l'Àràbia Saudita i els Emirats Àrabs Units

12-16 de març

Mercat: Orient Mitjà. Segments de l'oci i Premium.

Després d'assistir a les Jornades de Turespaña a Oman, vam aprofitar l'oportunitat per a fer visites promocionals a agències i operadors turístics destacats que porten el mercat de GCC, de la mà d'Acció (Agència per la Competitivitat de l'Empresa), amb una agenda de 18 reunions a l'Àràbia Saudita (Riad) i als Emirats Àrabs Units (Dubai i Abu Dhabi).

— Fira Tianguis Turístico México i visites promocionals a Monterrey

26-29 de març

Mercat: Mèxic

Participació, arran del conveni de col·laboració entre ambdues destinacions, en l'esdeveniment més rellevant del sector turístic de Mèxic, i fòrum de negocis basat en cites preestablertes entre compradors i expositors, a part

de conferències i convencions per tal de situar Barcelona en aquest mercat d'alt potencial. Addicionalment, es van fer visites promocionals a Nuevo León (Monterrey).

— Jornades Directes Turespaña mercat EUA/Canadà a Mallorca 17-20 d'abril

Mercat: Estats Units/Canadà

Tallers de reunions d'empresa a empresa (B2B) amb 75 agents de viatges provinents dels Estats Units i el Canadà, assistència a diversos esdeveniments de *networking* i presentació de l'oferta i les novetats de la destinació Barcelona.

— B-Travel

24-26 de març

Mercat: Local/Nacional

Turisme de Barcelona va participar en l'esdeveniment firal destinat al públic viatger final amb una proposta per a donar a conèixer la Copa Amèrica, les diferents experiències entorn de la gastronomia i l'enoturisme, i la campanya BCNX10, amb l'eslògan «Barcelona, the place to be».



— **Buy Catalunya**
8 i 15 d'octubre

Mercat: Mèxic

Participació en el taller organitzat per l'Agència Catalana de Turisme (ACT), per mitjà d'una agenda de reunions individuals amb agents de viatges del mercat mexicà.

— **Connections Luxury Europe — Catalunya**
4-7 de juny

Mercat: Multimercat d'empresa a empresa (segments Premium i ultraluxe)

Aquest any, Connections Europe es va celebrar a Catalunya, amb el suport de l'Agència Catalana de Turisme, Turisme de Barcelona i Costa Brava, i amb la col·laboració i participació d'empreses del sector turístic. Posteriorment, del 7 al 10 de juny, es van dur a terme 5 viatges de familiarització per a conèixer el conjunt del territori, on Turisme de Barcelona i la Diputació de Barcelona, juntament amb l'ACT, van organitzar-ne un per ciutat i província.

— **Virtuoso Travel Week Las Vegas**
12-18 d'agost

Mercat: Multimercat d'empresa a empresa (segments Premium i ultraluxe)

Participants: 150 reunions i 400 contactes. 5.000 participants de 105 països i 2.086 empreses, amb més de 185.000 reunions.

Convenció anual de Virtuoso, la més rellevant de la xarxa d'agències de viatge del segment Premium, on durant quatre dies es van mantenir més de 150 entrevistes personals amb assessors de viatge d'arreu del món.

— **Virtuoso Connects Barcelona**
13 de setembre

Mercat: Europa (d'empresa a empresa) (segments Premium i ultraluxe)

Participants: 60 participants. 29 agents europeus del segment Premium i 25 proveïdors

La delegació europea de Virtuoso (EMEA) va organitzar una jornada a Barcelona, *Virtuoso Connects*, amb més de 60 participants entre entitats de promoció turística i empreses del sector (segment luxe) pertanyents a la xarxa Virtuoso a Europa. Turisme de





Barcelona hi participava com a *Preferred Destination*, i en qualitat de ciutat amfitriona patrocinadora, amb una presentació de la destinació. Es van mantenir 24 reunions informals amb agències i operadors turístics de luxe, amb un còctel de cloenda a l'Hotel Arts Barcelona.

— **ILTM North America (Nassau, Bahames)**

18-21 de setembre

Mercat: EUA, Canadà i Mèxic (d'empresa a empresa) (segments Premium i ultraluxe)

Participants: 58 reunions agendades. 720 participants: 360 compradors i 360 proveïdors
Esdeveniment d'empresa a empresa del segment Premium del mercat dels Estats Units, el Canadà i Mèxic. Acció coparticipada amb l'Agència Catalana de Turisme.

— **BUY Catalunya-Mèxic**
9-14 d'octubre (taller a Barcelona el 10 d'octubre)

Mercat: Mèxic

Participació en el taller organitzat per l'Agència Catalana de Turisme a l'Hotel Sofia Barcelona, en el

qual ens vam reunir amb una vintena d'operadors turístics i agents mexicans especialitzats en productes Premium, de cultura i d'enogastronomia.

— **Air World Routes Development Istanbul**

14-17 d'octubre

Mercat: Multimercat

Participació, juntament amb el Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries (CDRA), en Air World Routes 2023, la fira-congrés del sector aeri. Es van tenir 36 reunions.

— **Barcelona International Community Day**

28 d'octubre

Mercat: Persones estrangeres residents a Barcelona

El Consorci va participar en la trobada anual amb la comunitat internacional barcelonina per mostrar la contribució dels estrangers residents a Barcelona.

S'ha incidit en propostes com Workation i la *Workation Card*, així com amb novetats (*BCN Card Sea*, *BCN Science Card*, *6 Routes*, *Shopping and Restaurant Map*) i productes turístics de la ciutat.

— **World Travel Market (Londres)**
6-8 de novembre

Mercat: Europeu/Internacional

Assistència a la fira professional del sector dels viatges més important d'Europa i punt de trobada dels diferents actors del sector turístic.

— **ILTM Cannes**

4-7 de desembre

Mercat: Multimercat (segment Premium i ultraluxe)

Reunions: 45

Participació en la International Luxury Travel Market (ILTM) de Cannes, amb reunions i esdeveniments de *networking* amb assessors i agents de viatges del segment Premium d'arreu del món.

Campanyes itinerants i presentacions

— **Sónar Lisboa — Plaça de Barcelona**
31 de març - 2 d'abril

Mercat: Portugal

Participació dins l'acció «Plaça de Barcelona — Sónar Lisboa», organitzada per l'Ajuntament de Barcelona, que va tenir lloc a Lisboa, en el marc del Festival



Sónar, amb una presentació de Barcelona i de la campanya «La revolució gastronòmica continua a Barcelona».

— **ACAVE Travel Market Tour. Alacant**
3 de maig

Mercat: Nacional

Participants: Agents de viatges (ACAVE).

Presentació a agents de viatges de l'Estat espanyol, en una de les trobades organitzades per ACAVE, per tal de mostrar les novetats de Barcelona relacionades amb l'agenda cultural i esportiva dels anys 2023 i 2024.

— **Any Picasso. Valauri**
7 de maig

Mercat: França

En el marc de la commemoració de l'Any Picasso (1973-2023) i arran de les exposicions del Museu de Ceràmica de Valauri i del Museu del Disseny de Barcelona (DHUB) sobre Picasso i la seva ceràmica, es va organitzar una presentació d'ambdues exposicions en col·laboració amb l'Oficina Espanyola de Turisme a França.

— **Copa Amèrica. Presentació / Roda de premsa a La Rochelle (Grand Pavois)**

21 de setembre

Mercat: França/Internacional

En el marc de la Grand Pavois, una de les principals fires nàutiques internacionals que aplega professionals i premsa especialitzada francesa i internacional, es convocà una roda de premsa conjuntament amb Turespaña i l'Agència Catalana de Turisme sobre la 37a Copa Amèrica.

— **TURSAB amb Turkish Airlines**
18 i 19 d'octubre (presentació i visites promocionals)

Mercat: Turquia

Participants: 76

Presentació de la destinació Barcelona i visites promocionals a agents i operadors turístics del mercat turc en col·laboració amb Turkish Airlines i TURSAB, el principal organisme de turisme i associació d'agències i operadors turístics del país.

— **Campanya itinerant Turespaña Colòmbia**
14-17 de novembre

Mercat: Colòmbia (Cali, Medellín i Bogotà)

Gira organitzada per Turespaña, juntament amb AVIATUR, amb la participació de diverses destinacions de l'Estat (Barcelona, Catalunya, Madrid, el País Basc i València) i dues empreses d'experiències (Civitatis i Warq), en un mercat situat com a segon emissor de turistes per a Espanya i Iberoamèrica. Hi va haver presentacions a les tres ciutats colombianes, així com esdeveniments de *networking* amb premsa i companyies aèries a Bogotà.

— **ACAVE Travel Market**
22 de novembre

Mercat: Nacional

Participants: Agents de viatges (ACAVE).

Presentació a agents de l'Estat espanyol en una trobada organitzada per ACAVE. Es van tractar temes com ara la Celebració dels 50 anys de la mort de Picasso, l'Any Domènech i Muntaner, la Copa Amèrica, la volta ciclista i novetats de la ciutat, així com l'agenda cultural.

Missions institucionals

— **Hong Kong + Shenzhen**
2-7 de març

Mercat: Xina

Acció promocional en col·laboració amb l'Ajuntament de Barcelona. Després de tres anys de tancament a causa de la pandèmia i en el marc de l'Any Dual de Cultura i Turisme Espanya-Xina 2023 i de l'exposició de Joan Miró *The Poetry of Everyday Life* al Museu d'Art de Hong Kong, es va organitzar una presentació de la destinació Barcelona per al sector turístic professional de Hong Kong. També es van fer visites comercials a operadors turístics de Shenzhen, ciutat agermanada amb Barcelona.

— **Osaka + Tòquio (exposició Sagrada Família)**
12-16 de juny

Mercat: Japó

Missió institucional amb Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona, en la qual vam organitzar una presentació per al sector turístic, coincidint amb l'exposició *Gaudí and the Sagrada*

Família al Museu Nacional d'Art Modern de Tòquio (MOMAT). A Osaka vam fer una presentació de la destinació a operadors turístics i premsa, i vam tancar una agenda de reunions amb operadors rellevants del sector.

Altres accions de promoció

— City Tourism Network Meeting a Barcelona

26-27 de gener

Mercat: Nacional/ Internacional

Trobada de ciutats europees (Amsterdam, Hamburg, Berlín i Viena), on es van treballar i posar en comú diferents aspectes i estratègies per a afrontar interessos i dificultats comunes. Després de Viena i Paris, el 2023 es va fer a Barcelona. Es van presentar projectes i novetats de Barcelona, així com la Copa Amèrica.

— 62a General Assembly MedCruise a Grècia

23-26 de maig

Mercat: Nacional/Internacional de creuers

Assistència a l'assemblea general de tots els membres de MedCruise per a tractar temes interns dels ports i de les destinacions de la Mediterrània.

— Festival Pride (Madrid)

1 de juliol

Mercat: Nacional

Participació en *Pride* Madrid amb un bus de Barcelona de dues plantes vinilat per a la manifestació a Madrid.

— Foro de Cooperación Turística España-China (Madrid)

2-6 de juliol

Mercat: Xina

Turespaña va celebrar una trobada empresarial de suport a la comercialització del turisme espanyol, en el marc del Foro de Cooperación Turística España-China, on van participar prop de 50 representants de la indústria turística xinesa. Posteriorment es van fer diferents viatges de familiarització a altres destinacions espanyoles i es va presentar la candidatura conjuntament amb l'Agència Catalana de Turisme.



— Festival Pride (Barcelona)

14 de juliol

Mercat: Local

La manifestació del *Pride* de Barcelona va comptar amb una carrossa del Consorci de Turisme de Barcelona en una iniciativa conjunta amb TMB i l'Ajuntament de Barcelona. També es va participar en la taula de turisme organitzada per la Cambra LGTBIQ+ de Catalunya, d'interès per al sector, amb el títol «Nous models de turisme LGTBIQ+».

— Participació en la taula rodona «Turisme de Luxe i Lifestyle», Associació Luxury Spain

26 de setembre

Mercat: Nacional

Participants: 26

Turisme de Barcelona participà en la taula rodona «Turisme de Luxe i Lifestyle», organitzada per l'Associació Espanyola del Luxe (Luxury Spain), a Madrid, sobre els reptes del sector a l'hora de potenciar els serveis a escala estatal i internacional.



— III Convenció Turespaña a Sant Sebastià

23-25 d'octubre

Mercat: Nacional/Internacional
Assistència a la tercera convenció de Turespaña, on participaven destinacions espanyoles i empreses del sector privat.

— Luxury Spain Connects with UK

9 de novembre
Participants: 40 (22 agències del segment de luxe)

Mercat: Regne Unit
Participació com a membre de l'Associació Espanyola Luxury Spain en un esdeveniment en clau Premium dirigit al sector i a agències de viatges especialitzades del mercat britànic.

Accions de promoció digital

— Compte oficial de WeChat anual

Durant el 2023, vam fer dues publicacions mensuals.

— Felicitació Any Nou xinès

21-27 gener
Mercat: Xina i estrangers residents a Barcelona

L'Any Nou Xinès 2023 començava el 22 de gener amb l'Any del Conill. El Consorci va enviar un comunicat en xinès al sector de la intermediació de la Xina (agències de viatges, operadors turístics, agències de turisme en línia, etc.) amb una felicitació per l'Any Nou Xinès. Es va fer una pàgina web en xinès amb les principals novetats per a promoure la subscripció al WeChat i s'edità una publicació mensual a WeChat destinada al públic en general.

— Presentació digital d'exploració gastronòmica a Pequín amb l'ACT i Ly.com

10 març

Mercat: Xina
Acció «L'exploració cultural i gastronòmica catalana» al restaurant espanyol El Rojo de Pequín, organitzada pel CPT de Pequín i l'agència de viatges en línia Ly.com. Impuls de «La revolució gastronòmica continua a Barcelona».

— Emissió en directe Celebració Any Picasso (Turespaña de Pequín)

29 d'abril

Mercat: Xina

Programa en directe per a xarxes socials sobre les destinacions de l'Any Picasso, en col·laboració amb Turespaña de Pequín. Recorregut de rutes relacionades amb la figura de Pablo Picasso a les quatre ciutats on va passar la infantesa i l'adolescència: Màlaga, La Corunya, Barcelona i Madrid. La connexió va durar 2.45 hores i es van aconseguir 53.054 visualitzacions.

— Accions de formació a Virtuoso

Virtuoso (d'empresa a empresa i d'empresa a consumidor [B2C] tot l'any)

Mercat: Multimercat. EUA/Canadà, LATAM, Europa

Turisme de Barcelona forma part de Virtuoso, la xarxa líder de viatges de luxe.

Durant l'any, va participar en una sèrie d'accions de promoció i formació digitals i esdeveniments presencials en clau Premium per a més de 30.000 contactes dels Estats Units i LATAM.

Accions dutes a terme amb Virtuoso Digital:

campanya d'empresa a consumidor EUA/CAN (16 de maig), seminari web





EUA/CAN (25 de juliol), seminari LATAM (31 d'octubre), campanya d'empresa a empresa LATAM (22 de novembre), campanya digital d'empresa a empresa EUA/CAN (5 de desembre) i web *Immersion 15* EUA/CAN (desembre 2023 - juny 2024).

Filiacions i renovacions anuals

— IGLTA

Mercat: LGTBIQ+ internacional
Associació internacional de professionals (destinacions, agències de viatges, operadors turístics, esdeveniments i mitjans de 75 països aproximadament) de turisme LGTBIQ+. La missió d'IGLTA és proporcionar informació i recursos per a viatgers LGTBIQ+ i expandir el turisme LGTBIQ+ a escala mundial.

— Virtuoso

Mercat: Multimercat (segment Premium)

Turisme de Barcelona fa 14 anys que forma part, com a *Preferred Destination*, de Virtuoso, la xarxa mundial líder de viatges de luxe de

la indústria.

D'afiliació exclusiva mitjançant invitació, la formen més de 21.000 agents de viatges d'elit de 50 països de l'Amèrica del Nord, el Carib, l'Amèrica llatina, l'Àsia-Pacífic, l'Àfrica, l'Orient Mitjà i Europa. S'hi participa en diferents accions de promoció i formació digitals, i en esdeveniments presencials en clau Premium.

— MedCruise

Mercat: Creuers

Associació de Ports de Creuers del Mediterrani, que impulsa i ajuda els seus membres a beneficiar-se del creixement de la indústria de creuers amb ofertes d'oportunitats de desenvolupament professional, promoció i creació de relacions entre ells. MedCruise representa més de 150 ports i 47 membres associats.

Viatges de familiarització

El 2023 s'han fet 16 viatges de familiarització amb agents de diverses destinacions i segments com els del turisme Premium, l'esportiu, el cultural i el gastronòmic.

Màrqueting i continguts



La sostenibilitat turística i la digitalització han estat els dos grans eixos principals de treball de màrqueting, juntament amb altres objectius adreçats a millorar l'experiència del visitant, amb la implementació d'una estratègia *Customer Centric* durant tot el viatge (*Travel Journey*).

Es va treballar en la creació de nous continguts i la digitalització per a arribar a un visitant determinat, millorar la usabilitat del web, personalitzar continguts i utilitzar les dades com a base per a la presa de decisions.

A més, es potencià la sostenibilitat econòmica mitjançant la millora de la venda electrònica i de la presència omnicanal.

Els principals objectius de les accions de màrqueting han estat enfocats a promoure la destinació d'una manera sostenible, mitjançant les 4D:

- **Diversificar:** Projectes com «Barcelona, destí ciència», *Shalom Barcelona* o *Barcelona Workation* obren nous imaginaris turístics adreçats a objectius professionals i de captació de talent.
- **Desestacionalitzar:** L'aposta per la gastronomia i l'enoturisme ha permès incrementar la despesa mitjana i captar un visitant que pot gaudir d'un tipus d'oferta tot l'any.
- **Descentralitzar:** S'ha continuat potenciant la col·laboració amb la Diputació de Barcelona per a desenvolupar l'enoturisme a les comarques barcelonines. Igualment, el projecte BCNX10 posa l'èmfasi en la diversitat d'activitats als districtes de la ciutat durant tot l'any
- **Incrementar l'estada mitjana i la despesa:** Amb la finalitat d'aconseguir un turisme més sostenible, s'ha continuat treballant en el segment de nòmades digitals i s'ha insistit a augmentar

la despesa del visitant, gràcies a campanyes com la de Nadal, la de *La Vuelta* o bé amb motiu de la gala de la *Guia Michelin 2024* a Barcelona.

La web s'ha mantingut en 3,25 milions de visites. Per a arribar a aquest resultat, la inversió en optimització natural (SEO) ha estat molt rellevant, i suposa ja més d'un 45% de les visites. Així mateix, s'han treballat els continguts de Google My Business, que han arribat a 1,8 M de visualitzacions addicionals.

En referència al comerç electrònic i a les vendes en línia, han arribat a 3,35 M €, una xifra que supera els resultats del 2019 en un 6%.

Pel que fa a les xarxes socials, la comunitat ha augmentat un 15% respecte de l'any anterior. Destaca el creixement dels canals d'Instagram, TikTok i Facebook. La visibilitat general ha pujat molt, gràcies als canvis d'algoritme en xarxes com Twitter i Facebook cap a l'audiovisual.



Projectes i campanyes

BCNX10

Programa impulsat per l'Ajuntament de Barcelona, amb fons de l'impost turístic i gestionat per Turisme de Barcelona, amb l'objectiu de donar suport a projectes culturals arrelats als districtes per tal de mostrar la riquesa i la diversitat de la ciutat al visitant i, també, a la ciutadania.

Continguts: En el marc de les accions de promoció del programa BCNx10, es creà un filtre d'agenda específic per a recollir totes les activitats i s'adaptà l'apartat web «Zones d'interès» amb un canvi de nom (Barcelona, districte a districte) i la incorporació d'informació sobre BCNx10.

Campanya: Es va fer una campanya de conscienciació de marca amb l'objectiu d'obtenir clics i trànsit de qualitat a la web [visitbarcelona.com/bcnx10](https://www.visitbarcelona.com/bcnx10). Impacte mitjançant anuncis a les xarxes socials, *Time Out*, el diari Línia i altres mitjans periodístics locals.

Àmbit: Local, Catalunya i adreces IP de mòbils internacionals que són a la ciutat.

Data: 1 de maig - 31 de desembre

Resultats: 4,5 M d'impactes, que representen un 121% per sobre de l'objectiu estimat (3,8 M). Els clics en les impressions d'anuncis va ser molt superior al previst (+744%).

Altres accions: Octaveta distribuïda durant la B-Travel i altres punts d'informació, acció de 2 continguts de marca amb Time Out, amb 23.129 pàgines vistes (+231,29% que l'objectiu) i doble pàgina de color en les 10 edicions de Línia a Barcelona i, en digital, a l'àrea metropolitana, 340 *brandeds* i 17 bàners.





«Barcelona està de vuelta» (La vuelta ciclista)

La campanya tenia l'objectiu de projectar Barcelona com a capital de l'esport i seu en l'organització d'esdeveniments esportius en l'àmbit nacional i internacional. A més, vol incidir en la posició de marca i destacar-ne com a eixos la cultura i l'esport, amb la implicació ciutadana i del visitant en aquest gran esdeveniment.

Creació de continguts: Pàgina en 4 idiomes per a redirigir els usuaris a viure l'esdeveniment a Barcelona, amb informació sobre les restriccions viàries durant *La Vuelta*, l'agenda oficial i la venda de tiquets per a visitar la ciutat, com també sobre l'esdeveniment esportiu i amb una secció dedicada al registre d'un sorteig.

Campanya: Campanya de notorietat i consideració de marca gràcies als impactes mediàtics i les impressions d'anuncis (+49 M).

Àmbit: Espanya, França, Itàlia i Països Baixos.

Data: Juny-agost

Resultats: Un gran interès, considerant l'alt nombre de clics i visites a la pàgina web (0,43% CTR) obtinguts, així com una gran participació en el sorteig i la interacció (+3.000 en xarxes).

Quantitativament, es van millorar la majoria dels objectius estimats, especialment quant a volum d'impressions, gràcies als anuncis de Google.

Altres accions: Comàrqueting amb RENFE i especial monogràfic a La Vanguardia.

Barcelona workation: New Visa / Why Barcelona

Campanya que dona continuïtat a promoure la destinació per venir-hi a teletreballar fent estades més llargues, especialment per promoure el nou visat i els avantatges fiscals dins les xarxes de @visitbarcelona.

Creació de continguts: Els anuncis van aterrar a les dues pàgines web que es van fer, específiques de Workation, i a la web [7 Consells per a ser nòmada digital a Barcelona](#).

Campanya: Publicacions de pagament a Facebook i Instagram dins les xarxes @visitbarcelona, amb l'objectiu d'obtenir clics a la web. Així mateix, acció amb bloguers i influenciadors per a crear continguts dinamitzadors (Reels i TikTok).

Àmbit: Suïssa, Regne Unit i Estats Units.

Data: Octubre i novembre 2023

Resultats: S'han obtingut 3.668.970 impressions, 382.567 visualitzacions i 13.606 clics a l'enllaç web.



Barcelona, un nadal obert al món

La campanya tenia per objectiu situar Barcelona com a la millor destinació del sud d'Europa per a passar-hi el Nadal, tant a escala nacional com internacional. Promou el Nadal per a ser un referent per als ciutadans i un atractiu per als visitants per mitjà d'una oferta cultural gratuïta i de qualitat, amb visibilitat per al teixit comercial i gastronòmic de la ciutat.

Creació de continguts: Es va crear una pàgina web amb [Barcelona obre les portes a un Nadal màgic i sorprenent](#) i 7 articles redireccionals, enfocats a cada un dels segments de visitants: Nadal per a famílies, programació cultural i agenda, compres, gastronomia, Nadal en 48 h i Nadal vora el mar.

Es van publicar 4 articles de Nadal en col·laboració amb *Time Out*: [10 experiències no nadalenesques a Barcelona](#), [Nadal a Barcelona en 48 hores](#), [Nadal a Barcelona és un festival](#) i [Un Nadal i un cap d'any vora el mar](#).

A més, es va fer una acció de publicitat amb La Vanguardia i El

Periódico, on es van publicar diversos articles, tant en format paper com en digital, durant el mes de desembre.

Campanya: Campanya de notorietat de marca amb un alt nombre d'impactes i impressions d'anuncis (+81 M). La campanya va tenir un impacte previ d'anuncis adreçats a usuaris de turisme de compres a les principals ciutats del Regne Unit i dels Estats Units.

Àmbit: Espanya, Regne Unit, França, Itàlia, Estats Units, Alemanya i Irlanda.

Data: Octubre-desembre

Resultats: El vídeo fou una peça clau en l'èxit de la campanya, especialment en els mercats més llunyans, amb més de 2 M de visualitzacions completes. Un 35% dels usuaris han vist el vídeo sencer i un 50%, n'han visualitzat la meitat. Hi ha hagut interès a conèixer la programació de Nadal i l'oferta de la ciutat, gràcies a l'alt percentatge de clics (0,58 CTR).

Altres accions: Publireportatges a les capçaleres *Coolt* i *Air Europa Magazine*, i anunci a la revista *Cap Catalogne*. Es van imprimir 26.000 postals amb les activitats de Nadal.





Altres accions

«Escápate a Barcelona en primavera/ verano/ otoño» (escapades urbanes estacionals)

Campanyes digitals que tenen com a objectiu dinamitzar les reserves i les escapades a Barcelona en cada estació de l'any.

Continguts: Creació d'articles inspiradors per a promoure la visita a Barcelona d'una manera desestacionalitzada.

Campanya: La campanya es va fer en mitjans programàtics amb anuncis en pàgines web, blogs, revistes i altres mitjans digitals Premium, etc. Els mercats són de proximitat, amb bona connectivitat aèria i ferroviària.

Els anuncis de la campanya van aterrar a la relació d'articles [Barcelona a qualsevol època de l'any](#), que promou els esdeveniments culturals i d'agenda de la ciutat, i té una part inspiradora que suggereix plans únics adreçats a un turista urbà amb un estil de vida determinat i amb interès pels viatges, la cultura, les compres i el lleure.

Àmbit: Estatal (ciutat AVE), sud de França i nord d'Itàlia (Milà, Torí) i Roma.

Data: Març-setembre

Resultats: Es va aconseguir un 125% per sobre de l'estimació, amb més de 28,10 M d'impactes, 490.000 clics i una ràtio de clics d'1,20 de mitjana. Quant a articles publicats, s'observà un major interès per la primavera. Per tendència de països, Espanya va millorar les ràtios en cada article, seguida de França i Itàlia.

El teu mercat té una estrella (Gastronomia)

Acció per a apropar l'alta gastronomia als ciutadans a través de 9 tallers de cuina als mercats de Barcelona i a l'Escola d'Hostaleria de Barcelona, aprofitant la presència de la gala de les estrelles Michelin 2024 i del certamen Mercat de Mercats.

Els tallers es van seguir en format presencial i virtual, amb registre previ en una pàgina web on encara es poden veure els vídeos enregistrats.

Campanya: Xarxes socials @visitbarcelona, *Time Out*, suplement

del cap de setmana 21-22/10 de l'*Ara*, *El Periódico* i *La Vanguardia*, i publicitat en suports urbans, com ara banderoles i objectes publicitaris il·luminats (OPI).



Àmbit: Local.

Data: Octubre-novembre

Resultats: Més de 850 assistents, 239 visualitzacions en directe i 1.063 visualitzacions pel canal de YouTube. La pàgina ha tingut més de 10.335 visites.

Gala de la «Guia Michelin»

Barcelona va ser ciutat amfitriona de la Gala de la *Guia Michelin 2024*. Un dels principals propòsits era fer visible l'esdeveniment i comunicar la importància d'acollir un acte tan rellevant com aquest per a la ciutat, com també referenciar Barcelona com a destinació gastronòmica.

Es generà un reforç de la marca i es potencià el lideratge de Barcelona com a destinació de referència en excel·lència gastronòmica.

Turisme de Barcelona va participar en els diferents actes previs a la gala amb accions als mercats de Sants i Sant Antoni, a La Pedrera i en la celebració de la Gala de la Guia Michelin.

Acció: Amb l'agència LF Channel,



es va fer una acció, a la premsa internacional, al Regne Unit, el Països Baixos i els Estats Units.

Resultats: Un total de 189 mitjans generalistes, gastronòmics, de turisme i econòmics; un 80% dels Estat Units. L'impacte va ser de 83,6 M (OT).

Barcelona marida amb tu (enoturisme)

Amb motiu de l'*Estudi de l'enoturisme a la destinació Barcelona*, confeccionat pel CETT el 2022, es van treballar les peces gràfiques d'acord amb el criteri de personalització de les accions i campanyes d'enoturisme.

Es decidí fer una campanya per a donar visibilitat als recursos enoturístics de la destinació (ciutat i província), descentralitzar el turisme a la ciutat i situar la destinació Barcelona com a referent en enoturisme.

Creació pàgina web 3 idiomes: Continguts d'interès, experiències, rutes, cellers, vinyes, maridatges, botigues i agenda. També la creació d'un vídeo de 30" compost per imatges inspiracionals.

Campanya: Anuncis per les xarxes socials (Meta) i en mitjans Premium, com ara imatges i relat per a tres tipus de persona: viatger expert, amant del vi i Premium

Mercats: França i Regne Unit (principals ciutats connectades amb Barcelona).

Col·laboració amb RENFE mitjançant els seus suports.

Dates: Novembre-desembre

Resultats: 4,2 M d'impressions i més d'un 198% de clics respecte a l'objectiu, amb 67.000 clics a la pàgina web. La ràtio de clics va ser un 670% més alta respecte a l'objectiu (1,61%). Aquest indicador demostra un gran interès de l'usuari pel contingut, amb un total de més de 26 M de visites a la pàgina web.

Barcelona marida amb tu

BCN+ Barcelona és molt més | Diputació Barcelona | BarcelonaTurisme



Campanyes a Mitjans

Es van fer accions amb els següents mitjans:

- **AirEuropa Magazine:** Dos publireportatges a bord dels vols d'Air Europa i un publireportatge Tardor a Barcelona i un de Nadal.
- **Cap Catalogne:** Anunci de la campanya de Nadal
- **Abacus:** Anunci de doble pàgina de la Revolució gastronòmica i Michelin 2024
- **Aspicus:** Dins la revista, quadern 41, anunci de la Revolució gastronòmica i Michelin 2024; Guia Michelin Espanya: 2 Anuncis solapa, a la contraportada, de la Revolució gastronòmica - Michelin 2024 i Barcelona marida amb tu.
- **El Periódico i La Vanguardia (30/11):** Anunci estrelles Michelin 2024.

Accions de comàrqueting

Renfe - AVE

Es va signar un acord de col·laboració amb Renfe Viajeros, trens AVE i Llarga Distància, que té per objecte promocionar el transport amb ferrocarril i Barcelona com a destinació turística i de negocis.

Turkish Airlines

Col·laboració per a promocionar conjuntament la destinació Barcelona amb accions dirigides a mercats amb interès mutu (sud-est asiàtic: Singapur, Corea, Japó...), amb organització conjunta de viatges de familiarització o de premsa, com el que es va fer amb la cadena NTV de Turquia.

Visa

Acord de col·laboració per a promoure el turisme sostenible a Barcelona i la seva àrea d'influència. La col·laboració es materialitzarà mitjançant la venda de productes i experiències des dels canals de VISA, i impuls del projecte *Barcelona*

Sustainable Gastronomy, que tindrà una campanya l'any 2024 per a promocionar la restauració sostenible de la ciutat amb segell acreditat per l'Institut de Turisme Responsable.

Continguts i projectes

Agenda web

Per tal de classificar les activitats de l'agenda d'esdeveniments i efemèrides de l'any, es van crear uns filtres per a destacar i facilitar la recerca: Dia de la Dona, Celebració Picasso, Any Domènech i Montaner, Àlicia de Larrocha 100, BCNx10, Louis Vuitton 37th America's Cup Experience, Tàpies 100 Anys, Nadal.

A l'inici de l'any va realitzar una selecció de les 50 activitats anuals d'agenda (*Main events*) destacades i es van difondre per les xarxes socials i altres canals.

Així, es van publicar diverses activitats durant l'any i es van crear productes destacats, específics, per Sant Jordi i per Pasqua, que faciliten la cerca.

Més d'un 10% de les visites a la web són actualment a l'apartat d'agenda.



Dia internacional de les dones

Amb motiu del Dia Internacional de les Dones, el 8 de març, Turisme de Barcelona va fer una acció a les xarxes socials per a sensibilitzar sobre el paper de la dona en el sector de la restauració, amb la finalitat de donar veu a les dones xefs de la ciutat. Això, en el marc de l'Any de la Revolució Gastronòmica, que continua a Barcelona amb l'eslògan «La revolució gastronòmica viu gràcies a les dones!».

Any Domènec i Montaner

Actualització de la [ruta temàtica Lluís Domènec i Montaner](#) amb motiu del centenari de la mort de l'arquitecte, celebrat durant el 2023, i recull de les activitats entorn de l'efemèride en un filtre d'agenda específic.

Celebració Picasso 1973-2023

Turisme de Barcelona va elaborar una proposta de difusió amb motiu de la celebració internacional de l'Any Picasso. Es creà una pàgina web específica, on es van incorporar nous continguts referents a Picasso i a Barcelona, juntament amb l'agenda

de l'efemèride, una ruta temàtica i un apartat sobre Picasso per als més curiosos.

Any Tàpies

Amb motiu de la commemoració del centenari del naixement d'Antoni Tàpies (desembre 2023 - desembre 2024) s'elaborà una proposta de col·laboració per a difondre l'esdeveniment a través de la web [visitbarcelona.com](#), amb activitats d'agenda i la creació d'un [apartat informatiu específic](#). També es va confeccionar una ruta autoguiada.

Barcelona pet friendly

Per a donar resposta a la creixent demanda de visitants amb mascotes, es creà l'apartat *Pet Friendly*, amb informació útil sobre com viatjar amb mascota a Barcelona: moure's amb transport públic, allotjaments, restaurants, compres, parcs i espais a l'aire lliure, platja i tràmits per a poder viure a la ciutat.

Nous relats

En el marc de l'estratègia per a la creació de nous imaginaris i continguts a fi de millorar la mobilitat i la sostenibilitat turística, el Consorci creà nous relats per a promoure Barcelona. L'any 2023 es van materialitzar els següents projectes:

— Barcelona creativa

Creació d'un nou apartat informatiu sobre la indústria creativa a la ciutat i l'oferta turística associada, des del vessant de l'art digital i les experiències immersives, el disseny (industrial, gràfic i d'interiors), la moda, l'arquitectura i l'urbanisme. Més de 100 espais referents a la ciutat, 4 rutes, agenda temàtica i un producte vinculat.

— Patrimoni industrial

Conceptualització del projecte, índex de referència, identificació de recursos i elaboració del brífing a desenvolupar durant el 2024.

Altres continguts

— **Blog *Enjoy Barcelona***. Es van publicar diversos articles inspiradors al blog *Enjoy Barcelona* dins la web [visitbarcelona.com](#); per exemple, Còmic i literatura infantil; Festivals de música; Els millors miradors de Barcelona per a famílies; Barcelona, una ciutat blava; Set activitats d'entourisme; Barcelona, destí ciència; *Sis colmados* de Barcelona; Cultura, benestar i allotjament entre vinyes, o Els imperdibles 2024.

— **Premis Vinari**: En el marc de l'acord amb els Premis Vinari, es van generar aquests articles de tema enoturístic en la publicació *Vadeví*:

Els articles es van publicar al blog *Enjoy Barcelona* de la web [visitbarcelona.com](#).

[Set activitats d'entourisme per fer en família a prop de Barcelona](#)

[Sis colmados on comprar i degustar productes gourmet a Barcelona](#)

[Cultura, benestar i allotjament entre vinyes](#)



- **Articles estacionals:** Reformulació dels articles estacionals i creació de l'apartat «Barcelona en qualsevol època de l'any» dins visitbarcelona.com, on es recull la informació rellevant per a visitar Barcelona en les quatre estacions de l'any.
- **What's New 2024:** Publicació sobre les novetats de l'any, així com els destacats de l'agenda adreçada al sector professional, operadors turístics i premsa.

Nous continguts web:

- **Ampliació i reformulació de l'apartat [Barcelona de nit](#).**
- **Creació de l'apartat [Barcelona, una ciutat de cultura cervesera](#)**, dins l'apartat [Gastronomia i vins](#).
- **Nou contingut sobre el clima a Barcelona**, dins l'apartat [Guia pràctica Barcelona en qualsevol època de l'any](#).
- **Guia oficial de Barcelona 2024-2025:** Actualització de continguts.
- **Presentació de la destinació:** Actualització i creació de nous continguts segons novetats

i efemèrides de l'any per a presentar la destinació, que s'usa en les presentacions d'empresa a empresa en mercats internacionals.

S'han fet col·laboracions i accions de comunicació amb aquests mitjans i canals:

- **Hosteltur Dossier Cultural** (gener).
- **Time Out i En Línia (per 12 mesos):** BCNX10.
- **El Mundo Deportivo** (abril i maig): La Vuelta: proposta i revisió de contingut per als dos encartables publicats.
- **RENFE** (maig i setembre): Contingut de marca amb activitats de primavera i tardor.
- **Redaccional diari ARA** (juny): Barcelona, una ciutat vibrant plena d'activitats.
- **Universitat Erasmus de Rotterdam** (juny-desembre): Col·laboració, juntament amb la Barcelona Film Comission, en el projecte de turisme cinematogràfic sostenible a Barcelona, desenvolupat per la Universitat Erasmus de Rotterdam.

- **Plataforma Google Arts & Culture — UNESCO** (agost i setembre): Revisió dels continguts dels vídeos sobre Obres d'Antoni Gaudí i Palau de la Música Catalana, i Recinte Modernista de Sant Pau.
- **Technogym mitjançant Agència Catalana de Turisme** (setembre): Producció de dos vídeos (córrer i bicicleta) de Barcelona per a projectar als equipaments d'entrenament de Technogym (maquinària d'alta gamma utilitzada en els millors gimnasos, hotels de categoria superior, centres d'alt rendiment, etc.).
- **Turespaña** (octubre): Revisió de continguts sobre Barcelona per al fullet digital de Turespaña.
- **COOLT** (novembre): Contingut de marca digital.

Agència Catalana de Turisme

En el marc del conveni interadministratiu per a la integració, el Consorci està afiliat a diverses marques turístiques de l'Agència Catalana de Turisme, i hi col·labora proporcionant continguts específics o amb accions de promoció conjuntes.

La filiació és en les marques cultura, enogastronomia, esports i Premium i en el 2023 hi ha hagut col·laboracions en els projectes del Grand Tour de Catalunya, enogastronomia i experiències, Picasso i Miró, experiències nàutiques i marítimes per al projecte Experiències de turisme nàutic, Cultura de Catalunya en el marc del Pla de Producte Cultural, Jornades d'Afiliats de les Marques i General, i Accions conjuntes 2023.



Copa Amèrica de Vela

Turisme de Barcelona signà un contracte d'esponsorització amb ACE, SL, en virtut del qual esdevé *Host Venue Partner* i *Barcelona Tourism Experiences Partner* de la Louis Vuitton 37th America's Cup, que se celebrarà a Barcelona del 22 d'agost al 27 d'octubre del 2024.

En el marc d'aquest contracte, durant l'any 2023, Turisme de Barcelona va dur a terme una sèrie d'accions per a promoure la Copa Amèrica i facilitar-hi l'acollida als visitants.



Accions informatives

- **Activació d'un apartat informatiu específic sobre la Copa Amèrica a la web del Consorci, així com a l'agenda web.**
- **Publicació de notícies sobre la Copa Amèrica als diferents butlletins i publicacions de Turisme de Barcelona.**

Butlletí de membres del BCB, adreçat als membres del Barcelona Convention Bureau.

Butlletí de membres de TdB, adreçat als membres de Turisme de Barcelona.

What's New 2023, adreçat als professionals del sector turístic (agències de viatges en línia, operadors turístics, agències de viatges).

Butlletí What's On in Barcelona, dirigit a 150.000 adreces.

Article al butlletí *Barcelona News International Headlines*, adreçat a la premsa internacional.





Accions promocionals

No específiques de la Copa Amèrica

Difusió de la Copa Amèrica per mitjà de les més de 100 accions promocionals (fires estatals i internacionals, congressos i reunions a Barcelona, promocions en mercats i esdeveniments culturals de ciutat), viatges, tallers i accions de màrqueting, entre Turisme de Barcelona, l'Agència Catalana de Turisme, la Gerència de Turisme de la Diputació de Barcelona, l'Ajuntament de Barcelona, la Fundació Barcelona Capital Nàutica i Port de Barcelona.

Específiques de la Copa Amèrica

- **Saló Nàutic Grand Pavois:** La Rochelle. Roda de premsa (21/9/2023).
- **IBTM World 2023:** Barcelona. Racó de l'estand de Barcelona personalitzat de Copa Amèrica i tematització de la festa de benvinguda amb Copa Amèrica. (28-30/11/2023).
- **You'll Sea. From Barcelona to all of Catalonia:** Presentacions amb

estand ad hoc durant el 2023 i el 2024 als mercats originaris dels equips participants en la Copa Amèrica (excepte Nova Zelanda). Londres (Regne Unit) (7/12/2023).

Altres accions de promoció

- **Vilanova i la Geltrú:** Difusió de la Copa Amèrica i de la primera regata preliminar celebrada a Vilanova i la Geltrú, per mitjà dels perfils de les xarxes socials del Consorci.
- **Portes obertes a Alinghi:** Col·laboració en la difusió de la jornada de portes obertes a la base de l'equip suís Alinghi, duta a terme el mes de setembre.
- **Viatge de familiarització de Hong Kong:** Organitzat per l'Agència Catalana de Turisme i el Consorci, amb una visita a la Fundació Barcelona Capital Nàutica per a conèixer els detalls de la celebració de la Copa Amèrica. (17/4/2023).
- **Barcelona Smart Cities Conference:** Presentació de Turisme de Barcelona i de la Copa Amèrica a la delegació de Brisbane

(Austràlia). (9/11/2023).

Primera regata preliminar de la Copa Amèrica a Vilanova i la Geltrú

Turisme de Barcelona va participar en els grups de treball d'organització i comunicació, i va col·laborar en la promoció de la primera regata preliminar a Vilanova i la Geltrú, celebrada del 14 al 17 de setembre.

Saló Nàutic Internacional de Barcelona

Turisme de Barcelona, en qualitat de Host Venue Partner, col·laborà en l'estand institucional de la Fundació Barcelona Capital Nàutica, en el marc del Saló Nàutic Internacional de Barcelona, celebrat de l'11 al 15 d'octubre, i presentà el nou producte nàutic-marítim Barcelona Card Sea a l'àgora de l'estand.

Barcelona Card Sea

Es creà la Barcelona Card Sea, una targeta de ciutat que dona accés gratuït a 14 espais i a descomptes en 14 espais més de l'oferta nàutica i marítima de la destinació Barcelona. Vàlida per a 7 dies, s'ofereix en les

modalitats d'adult i infantil, i té com a objectiu donar a conèixer l'oferta cultural marítima i nàutica, i facilitar-hi la visita.

Barcelona's Best Experiences

Turisme de Barcelona, juntament amb World Experience i en col·laboració amb l'Agència Catalana de Turisme i ACE, SL, impulsà el projecte Barcelona's Best Experiences, un catàleg d'experiències singulars, úniques, genuïnes i memorables, orientades a facilitar l'acollida de visitants amb motiu de la Louis Vuitton 37th America's Cup i donar-los a conèixer Barcelona i Catalunya i el caràcter mediterrani que tenen.



Màrqueting digital

Web visitbarcelona

2.620.000
usuaris
+7,5%

8.100.000
visites
+7,5%

Web Professional

34.350
usuaris
+90%

45.819
visites
+23,5%

Web Barcelona Convention Bureau

52.000
usuaris
+115%

76.950
visites
+150%



Xarxes socials

La comunitat va augmentar un 15% respecte de l'any anterior. En general, experimentà un creixement destacat a Instagram, però també a TikTok i Facebook. La visibilitat general va pujar molt a causa dels canvis d'algoritme en xarxes com Twitter i Facebook.

El 2023 ha estat l'any de consolidació de TikTok com una de les principals xarxes de pagament de VisitBarcelona, la qual cosa ha aportat visibilitat, sobretot quant a impressions.

Total comunitat

506.070

+15% respecte 2022

Visibilitat

52.464.808

+32,63% respecte 2022

Interaccions

1.766.409

+10,75% respecte 2022

Impressions

36.656.398

+2,69% respecte 2022

Publicacions

2.366

+10,81% respecte 2022

Visualitzacions

15.808.410

+409,54% respecte 2022

Accions amb influenciadors

Es van fer col·laboracions amb una cinquantena d'influenciadors visitants i bloguers de viatges. L'estratègia es va centrar en microinfluenciadors, que suposen, aproximadament, un 45% del total. Per nacionalitats, els procedents d'Alemanya, Itàlia, Espanya i el Regne Unit són les més rellevants.



Accions de pagament

Les principals accions de pagament es van centrar en la campanya de l'Any Picasso, *Workation*, *Shopping*, i Cultura i tradició, com el BCNX10.

Les partides de pressupost de promoció ens van permetre generar col·laboracions amb influenciadors de més envergadura que els anteriors i, sobretot, destinar recursos perquè alguns vídeos destacats obtinguin la visibilitat que es busca.

Comunitat

Aconseguit
5.985
Total
84.625
+7% del total (TikTok)

Interaccions

Aconseguit
22.477
Total
2.219.179
+1,01% del total (Pinterest, Meta, Tik Tok)

Publicacions

Fetes
49
+0,6% del total (Pinterest, Meta, Tik Tok)

Clics a l'enllaç

Aconseguits
68.809
+0,6% del total (Pinterest, Meta, Tik Tok)

Visibilitat

Aconseguit
26.289.829
Total
91.175.558
+28,83% del total (Pinterest, Meta, Tik Tok)

Impressions

Aconseguit
24.276.501
Total
61.939.056
+39,1% del total (Pinterest, Meta, Tik Tok)

Visualitzacions

Aconseguit
2.013.328
Total
29.236.502
+6,88% del total (Meta, Tik Tok)

Imatge i Publicacions

En el 2023 s'ha mantingut l'edició de publicacions promocionals dels productes turístics i se n'ha recuperat la impressió en paper, tot i que amb restriccions. Pel que fa a publicacions generals, destaquen *Barcelona What's New*, així com el *Plànol oficial de Barcelona*, la Guia de restaurants de Barcelona, amb edicions per a fires i congressos com ara el Mobile World Congress o Sea Food, i la Guia oficial de Barcelona, coeditada amb Triangle Postals. Cal destacar les dues noves publicacions en format plànol: "Barcelona Restaurants and Shopping Map" que recull l'oferta comercial de la ciutat i "Barcelona 6 routes to discover unexpected Barcelona" amb la proposta de 6 rutes diferents i més alternatives per la ciutat. També l'edició i producció de la nova targeta Barcelona Card Sea.

Turisme professional



El 2023, un gran any per al sector MICE

El 2023 ha estat un any extraordinari i molt significatiu, ja que hem celebrat el 40è aniversari del Barcelona Convention Bureau (BCB); un any en què s'han superat totes les expectatives i que ha suposat una etapa cabdal en la recuperació total del sector MICE.

El BCB ha dut a terme una tasca de promoció intensa: s'han treballat nombroses candidatures i s'han confirmat esdeveniments importants per als anys vinents.

Així mateix, el BCB ha rebut la Certificació Biosphere. Val a dir que és el primer Convention Bureau del món a aconseguir-ho. A més, ha publicat la *Guia d'esdeveniments sostenibles a Barcelona*, una eina inspiradora per a integrar pràctiques sostenibles en els esdeveniments de la destinació.

Àmbit associatiu

Celebració de congressos

L'any 2023 es van celebrar uns 450 congressos a la destinació Barcelona (ciutat i comarques), una xifra similar a la de l'any anterior. Entre els més destacats, cal esmentar EHRA i EACVI, dos congressos de la Societat Europea de Cardiologia de 3.000 delegats; el 36è Congrés ECNP de Neuropsicofarmacologia, amb 8.000 delegats, i el Congrés Mundial de Parkinson, amb un destacat paper del BCB en el programa de llegat del congrés.

Amb motiu d'aquest darrer esdeveniment, que va acollir més de 3.000 participants, entre els quals hi havia afectats directament per la malaltia de Parkinson, així com familiars i cuidadors, el BCB, en col·laboració amb l'Associació Catalana per al Parkinson i els organitzadors del congrés, va organitzar una sèrie de formacions dins el programa Parkinson's Ready, amb l'objectiu de dotar la comunitat dels coneixements necessaris per a poder interactuar amb persones amb Parkinson.

De cara a futur, la previsió és molt positiva, amb més de 150 reunions, entre congressos i convencions, confirmades per als propers anys.

Candidatures treballades el 2023

Es van treballar 108 candidatures per al període 2024-2029, amb 168.000 delegats en total.

Pel que fa a sectors, 47 candidatures són del sector mèdic-científic, 8 del sector tecnològic, 8 del sector industrial, 6 del sector de la consultoria i la resta, d'altres sectors (esports, alimentació...).

Rànquing ICCA 2023

El rànquing de l'Associació Internacional de Congressos i Convencions (ICCA) situa Barcelona en cinquena posició en nombre de congressos internacionals. I ocupa la 1a posició com a destinació amb més delegats en el còmput dels darrers 10 anys..



450

**Congressos destinació
Barcelona**



D'aquesta manera, Barcelona és la primera ciutat no capital d'estat i primera de tot l'Estat espanyol, que més congressos ha organitzat el 2023.

Congressos confirmats pel BCB el 2023

L'any 2023 es van confirmar 28 congressos futurs, amb una assistència prevista de 139.000 delegats. Cal destacar la confirmació de noves fires, com són Labelexpo Europe 2025 (30.000 visitants) o Vitafoods Europe 2025 (20.000 visitants), que consoliden Barcelona com un epicentre mundial per a la indústria de les exposicions.

Àmbit corporatiu

En l'àmbit corporatiu, ha estat un any molt bo, amb la celebració de diverses convencions que han tingut un gran nombre d'assistents, com ara VMWare Explore 2022, amb 10.000 delegats, o Gartner IT Symposium/XPO, amb 9.000 delegats, Technology and Solutions Summit (TSS 2023), amb 2.400 delegats, o Shoptalk Europe 2023, amb 3.000 delegats, entre moltes altres.

Destaca, així mateix, la celebració de la Gala de la Guia Michelin, amb 600 assistents.

Accions promocionals

En un any amb més de 60 accions promocionals, podem destacar la nostra participació en aquestes accions: MIS International, campanyes itinerants als Estats Units, el Canadà i França amb membres, GIAF, BIAF, Congrés Anual d'ICCA, PCMA Convening Leaders, PCMA Convening EMEA, MEET Catalunya, jornades inverses i directes en diferents mercats europeus, de la mà de l'Spain Convention Bureau, entre altres tallers organitzats per tercers i viatges de familiarització. Pel que fa a les fires, hem tingut presència a Imex America i participació amb estand propi a IMEX Frankfurt i IBTM World, on van participar, sota el paraigua del BCB, 12 i 47 membres, respectivament.

Cal fer especial esment de FIEXPOLatin America, la fira del sector MICE líder a l'Amèrica llatina, que el 2023 es va celebrar a Panamà i on el BCB va ser convidat a explicar el

programa Parkinson Ready com a exemple de llegat. Juntament amb l'antic director del Viena Convention Bureau, vam compartir impressions i perspectives sobre el poder de la col·laboració, i es va destacar el fet que la cooperació entre rivals pot generar canvis significatius en la indústria MICE.

EL BCB va renovar l'acord de col·laboració amb ASSOCIATIONWORLD (AW) com a Global Destination Partner durant el 2023. Aquest partenariat ofereix moltes oportunitats de connectar amb associacions i societats internacionals organitzadores de congressos arreu del món per mitjà dels seus tallers.

Cal destacar també la representació del BCB a l'ICCA dins la Junta Directiva.

Hem tingut participació directa en l'European Advisory Board de la Professional Convention Management Association (PCMA), a més de les altres associacions de les quals formem part, com Union of International Associations (UIA), Meeting Professionals International (MPI), Society for Incentive Travel

Excellence (SITE), Spain Convention Bureau (SCB) i Catalunya Convention Bureau (CCB).

L'estand del BCB a la IBTM World es va presentar amb imatges de la Copa Amèrica, competició que també va tenir una presència destacada durant la festa de benvinguda. També a la IBTM i de la mà de la Diputació de Barcelona, vam organitzar diàriament al nostre estand tast de vins de les diferents denominacions d'origen de les comarques barcelonines per tal de fomentar l'entoturisme associat al MICE.

Enllaços d'interès:

Web

www.barcelonaconventionbureau.com

Association World

www.associationworld.eu

LinkedIn BCB:

[Barcelona Convention Bureau](https://www.linkedin.com/company/barcelona-convention-bureau)

Twitter:

[@Barcelona_BCB](https://twitter.com/Barcelona_BCB)

Sostenibilitat



BIOSPHERE
COMMITTED

Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere 2023

L'aposta per construir una comunitat turística respectuosa i sostenible s'ha materialitzat aquest any 2023 403 empreses a la ciutat de Barcelona certificades amb el segell Biosphere, dintre del Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere.

El lliurament es va celebrar al Centre de Convencions Internacional de Barcelona el 22 de març 2023 en un acte on el Barcelona Convention Bureau va esdevenir el primer convention del món a obtenir el segell Biosphere.

Entre les organitzacions adherides al Compromís per la Sostenibilitat Turística Barcelona Biosphere, destaca el Futbol Club Barcelona, Slow Food Barcelona, la Llotja de Mar, el Museu del disseny de Barcelona (DHub), la Fundació Museu Picasso i el Park Güell. En l'àmbit hotelier, destaquen NH Hoteles, Hoteles Hesperia, W Barcelona, Majestic Hotel, Hotel Barcelona Princess, Hotel Negresco Princess i Hotel Duquesa de Cardona, entre d'altres.

Barcelona Sustainable Gastronomy Cooking for the Future

Turisme de Barcelona ha començat l'any amb un projecte amb VISA Espanya per a promocionar l'oferta gastronòmica sostenible i de qualitat en els mercats americans i asiàtics.

En una primera fase, s'ha treballat en la creació d'un distintiu i una guia que realça els restaurants de la ciutat que aposten per millorar les pràctiques d'acord amb els 17 Objectius de desenvolupament sostenible.

Els restaurants que s'hi acullin podran formar part d'un projecte, que permetrà reconèixer internacionalment els restaurants que aposten per la sostenibilitat.

Economia circular en l'àmbit del turisme

El Consorci de Turisme de Barcelona, en col·laboració amb la Càtedra d'Economia Circular Tecnocampus — Universitat Pompeu Fabra, promou des de mitjan any 2023 un grup impulsor de l'economia circular. Per a

aconseguir-ho, es van fer una sèrie de sessions, la primera de les hi van participar 73 empreses i entitats del sector turístic de la ciutat.

Dia Mundial del Medi Ambient

Turisme de Barcelona va col·laborar amb les accions del Dia Mundial del Medi Ambient (5 de juny). Aquest any va ser dedicat al canvi climàtic i a l'aigua, per la qual cosa, en el marc de la situació de sequera, es van organitzar dues activitats:

- **De l'1 al 3 de juny. Oficina d'Informació Turística Plaça Catalunya:** Dinamització i jocs sobre la sequera a l'Oficina d'Informació Turística Plaça Catalunya. L'empresa Animarius va organitzar diversos jocs digitals de preguntes ràpides per animar i informar els visitants de l'oficina mitjançant qüestions relacionades amb l'aigua. L'objectiu final era tenir consciència de la situació i de la manca d'aquest recurs a la ciutat. Aquesta dinamització es va fer en el marc de la campanya «Cada gota compta».

**— 3 Juny. Muntanya de Montjuïc:**

Turisme de Barcelona va organitzar, juntament amb l'empresa Naturalwalks, una ruta guiada a la muntanya de Montjuïc per mostrar com el canvi climàtic incideix en el paisatge natural.

Estratègia de Turisme Sostenible 2023-2025 – Declaració de Glasgow

A principis del 2023, va quedar enllestida l'estratègia de Turisme Sostenible per al període 2023-2025 que té com objectiu posar les bases del compromís de Turisme de Barcelona per a millorar la capacitat competitiva i la rendibilitat del sistema econòmic del turisme en els valors naturals i culturals de la destinació, i en la distribució equitativa dels beneficis i les càrregues del turisme.

L'estratègia incorpora un pla de treball amb 16 objectius i 48 accions a desenvolupar entre el 2023 i el 2025.

El document s'articula sobre els tres eixos del desenvolupament sostenible:

Sostenibilitat ambiental
Sostenibilitat econòmica
Sostenibilitat sociocultural

Cada una de les accions que detalla la present estratègia cerca avançar en la consecució dels Objectius de desenvolupament sostenible, la relació entre accions i objectius.

Global Destinations Sustainable Index (GDS)

El GDS Index és el principal programa de benchmarking i millora de la sostenibilitat en el sector MICE per a destinacions d'arreu del món. S'utilitza per a avaluar el rendiment social i ambiental d'una destinació i millorar-ne el rendiment.

Cada any, el Departament de Sostenibilitat, juntament amb el Barcelona Convention Bureau, completa el benchmarking Global Destination Sustainable Index. Barcelona millora lleugerament i passa de 73 punts a 74,5 sobre 100. Entre els àmbits del benchmarking (ambiental, social, proveïdors i DMO), Barcelona millora en els aspectes de proveïdors i gestió.

Environment

2022 77,5

2023 71,4

Social

2022 81,6

2023 81,6

Supplier

2022 68,8

2023 73

DMO

2022 67,2

2023 74,8

Total

2022 73,1

2023 74,5

Guia d'esdeveniments sostenibles a Barcelona.

Conjuntament amb el Barcelona Convention Bureau, aquest 2023 s'ha editat la Guia d'esdeveniments sostenibles a Barcelona per a facilitar als operadors turístics l'organització i el desenvolupament d'esdeveniments més sostenibles.

https://download.barcelonaturisme.com/1001/BST/Guia_esdeveniments_sostenibles_Barcelona_cat.pdf

Business with Social Value

El Business With Social Value és un esdeveniment anual que facilita el coneixement dels productes i serveis dels centres especials de treball i les empreses d'inserció no lucratives a les institucions, els organismes i les empreses mercantils. Des de l'edició del 2016, Turisme de Barcelona hi col·labora afegint-hi l'oferta del Social & Sustainable Tourism per a donar a conèixer, i també facilitar, el treball de relació a les empreses.



Premis Barcelona Sustainable Tourism a les Bones Pràctiques

El 2 de juny es va celebrar la setena edició dels Premis Barcelona Sustainable Tourism a les Bones Pràctiques, convocats per Turisme de Barcelona. L'objectiu dels premis és reconèixer l'esforç i la dedicació en l'àmbit dels diferents eixos de la sostenibilitat que portem a cap les empreses del sector turístic. Enguany s'hi van presentar un total de 50 candidatures, el doble que en edicions anteriors, una mostra de l'interès creixent del sector per la sostenibilitat.

L'acte, celebrat a l'Hotel Alimara, va guardonar les entitats i els projectes següents en els diferents eixos de la sostenibilitat:

— Premi a la Sostenibilitat Social

Hotel Princess i Negresco pel projecte Princess 360º, el qual representa un avenç en economia circular al sector hotelier.

— Premi a la Sostenibilitat Ambiental

Yurbban Hotels pel projecte Dutxes de 4 minuts, per la seva iniciativa

envers l'estalvi d'aigua en l'actual situació de sequera.

En la mateixa categoria de Sostenibilitat Ambiental, accésit per a Castanya de Viladrau, per les accions de recuperació de boscos de castanyers centenaris de Viladrau.

— Premi a la Sostenibilitat del Patrimoni Cultural, Natural i de les Tradicions

Casa Vicens pel projecte La festivitat de Santa Rita, per a congregar el nou ús de l'equipament amb la preservació de les tradicions locals.

En la mateixa categoria de Defensa del Patrimoni Cultural, Natural i de les Tradicions, es reconegué Parc de la Sèquia amb l'accésit, pel projecte Camins de la sèquia, recuperació i posada en valor dels camins de l'aigua.

— Premi a l'Accessibilitat

Barcelona Zero Límits pel projecte Wodcelona, per la seva tasca d'inclusió en l'esport.





Compensació de CO₂

Tots els departaments del Consorci s'han involucrat en la reducció de CO₂ de les accions de promoció internacionals i estatals. S'observa una disminució de l'empremta de carboni i un increment de les reunions virtuals, que han evitat desplaçaments. L'empremta generada ha estat compensada en el marc del projecte CleanCO₂.

Participació en fòrums internacionals (UNWTO, ISTO, GSTC...)

Congrés Mundial ISTO 2023

Del 28 al 30 de novembre, vam participar al Congrés Mundial ISTO. L'esdeveniment va tenir lloc a Brussel·les, amb l'objectiu d'analitzar l'impacte dels fenòmens ambientals i socials, així com de reflexionar sobre els canvis relacionats en els sistemes de turisme social i just.

Tourism for All. UNWTO International Conference on Accessible Tourism

El 16 i el 17 de novembre vam participar en la Conferència

Internacional de Turisme Accessible, organitzada per la ONU Turisme (antiga Organització Mundial del Turisme), a San Marino, Itàlia.

L'esdeveniment va aplegar països, destinacions, entitats i especialistes de l'àmbit de l'accessibilitat a fi d'explorar el paper dels governs i de les destinacions per a implementar l'accessibilitat i fomentar el lideratge en aquest sentit.

Accessibilitat

Posada en marxa de l'Easy Walking Tour

Aquest any 2023 es va posar en marxa novament el Walking Tour, que s'havia aturat per la pandèmia, amb un recorregut adaptat per a persones amb discapacitat física i també per a altres discapacitats, amb reserva prèvia i dues sortides garantides cada divendres.

Barcelona en Braille

Nova edició del document promocional de Barcelona en Braille i lectura fàcil en castellà i anglès. Es tracta d'una eina de promoció de

la ciutat pensat per les persones amb discapacitat visual, molt pràctic, i també per a les que tenen discapacitat cognitiva.

IV edició del Curs de Turisme Accessible i Atenció a les Persones amb Discapacitat

La IV edició del curs es va celebrar els dies 15 i 16 de novembre a l'Hotel Illunion Poblenou, amb la participació de 30 empreses i entitats del sector turístic. Adreçat a treballadors de l'àmbit del turisme en format teoricopràctic, amb tallers vivencials per a presentar les barreres que

afronten les persones amb diferents discapacitats: física, visual, auditiva i intel·lectual.

Els tallers van estar guiats per entitats de referència: ECOM, ACCAPS, DINCAT, ONCE, Salut Mental i FESOCA.

Viatge de familiarització

Vam participar en un viatge de familiarització conjuntament amb VIVE4ALL i el prescriptor Cory Lee, en que es promocionava la ciutat de Barcelona com a destinació sostenible per al mercat dels Estats Units.



Comunicació i premsa



El ritme d'activitat del Departament de Comunicació i Premsa s'ha incrementat aquest any 2023, tant pel que fa a la comunicació interna i dels membres com a l'externa amb els mitjans de comunicació.

Comunicació als membres de Turisme de Barcelona

Barcelona Shares: El butlletí informatiu adreçat als membres del Consorci ha continuat actiu, amb informació actualitzada referent a ajuts, informes i notícies d'actualitat, tant de Barcelona com del Consorci. Durant el 2023, s'han enviat 41 butlletins a 1.300 adreces, la qual cosa suposa més de 50.000 destinataris. El percentatge d'obertura ha estat d'un 40%.

TdB News: El 2023 es va començar a publicar TdB News, un nou butlletí digital d'informació exclusiva per als membres, amb notícies d'actualitat, serveis i agenda de les principals accions de promoció i màrqueting de Turisme de Barcelona. És de caràcter bimensual i s'envia a tota la comunitat d'empreses membres.

Comunicació internacional

Barcelona News: Per tal d'informar la premsa internacional i els prescriptors internacionals sobre Barcelona, cada mes s'envia aquesta publicació, en anglès, amb un total d'11 butlletins enviats el 2023 a uns 4.000 contactes que han acumulat un total de 41.523 destinataris, principalment mitjans de premsa internacional i mercats emissors a través dels Centres d'Informació Turística de Catalunya (Agència Catalana de Turisme) i les oficines espanyoles de turisme (Turespaña), alguns operadors turístics rellevants i altres contactes especialitzats del sector MICE. L'èxit de Barcelona News s'ha reflectit amb l'increment del percentatge de les notícies llegides, que en aquest exercici és d'un 35%.

La nova publicació, que va néixer inicialment amb caràcter temporal per cobrir la informació durant la crisi pandèmica, s'ha mantingut davant l'èxit i el ressò obtinguts.

Gabinet de Comunicació i Premsa

El ritme de comunicats i notes de premsa als mitjans de comunicació s'ha mantingut intens, amb una mitjana de 5 comunicats al mes.

El 2023 s'han mantingut les compareixences de premsa presencials, amb un total de 10 convocatòries a la premsa, que han tingut un notable impacte en els mitjans de comunicació local i internacional.

En total, s'han emès 51 notes de premsa, que han generat 282 impactes a la premsa impresa, amb un valor acumulat de 6.582.250 € i un nombre de lectors acumulat que puja lleugerament respecte a l'any anterior, fins a suposar 59.557.264 lectors. L'impacte a la premsa digital ha arribat a una xifra de 1.586 notícies publicades amb una valoració econòmica de 3.032.981€ i una xifra de 423.569.096 lectors (usuaris únics diaris).

En total, hi ha hagut 1.868 notícies generades per a 483.126.360 lectors, amb una valoració econòmica de 9.615.231 €.

51
comunicats i notes de premsa

282
impactes a la premsa escrita

6.582.250 €
valor acumulat

59.557.264
persones audiència acumulada

1.868
notícies publicades

9.615.231 €
valoració econòmica

483.126.360
persones d'audiència



Prensa escrita



Notícies
282



Lectors
59.557.264



Valoració econòmica
6.173.327€

En línia



Notícies
1.586



Lectors
423.569.096



Valoració econòmica
3.032.981€



Twitter corporatiu
@BarcelonaTurism

Piulades
2.086

**Impressions
de piulades**
650.206

Visites al perfil
98.194

Mencions
5.341

Nous seguidors
548



LinkedIn

Apunts
37

Impressions
40.304

Seguidors
4142

Nous seguidors
593



Premsa internacional

Per a promoure la marca Barcelona com a destinació i comunicar-ne les principals línies estratègiques, el Consorci compta amb la col·laboració de la premsa internacional. Així és com s'arriba al gran públic, per mitjà dels prescriptors, per a destacar els actius turístics i culturals, així com la identitat i l'estil de viure propis de Barcelona i Catalunya.

El Departament de Comunicació i Premsa porta a terme una intensa tasca de difusió de l'oferta turística de Barcelona, i també de recepció i suport als periodistes internacionals que fan cròniques i reportatges de Barcelona i de Catalunya.

Press Card: El 2023 vam contactar amb més de 400 periodistes que han generat articles, vídeos, programes de ràdio i televisió per informar-los d'aquest producte. Així, la Press Card, una eina que ofereix l'entrada gratuïta als periodistes professionals als diferents espais culturals i d'interès per a informar sobre aquests llocs, es va lliurar a 312 periodistes de tots els mitjans de comunicació.

A més, es van gestionar 24 viatges

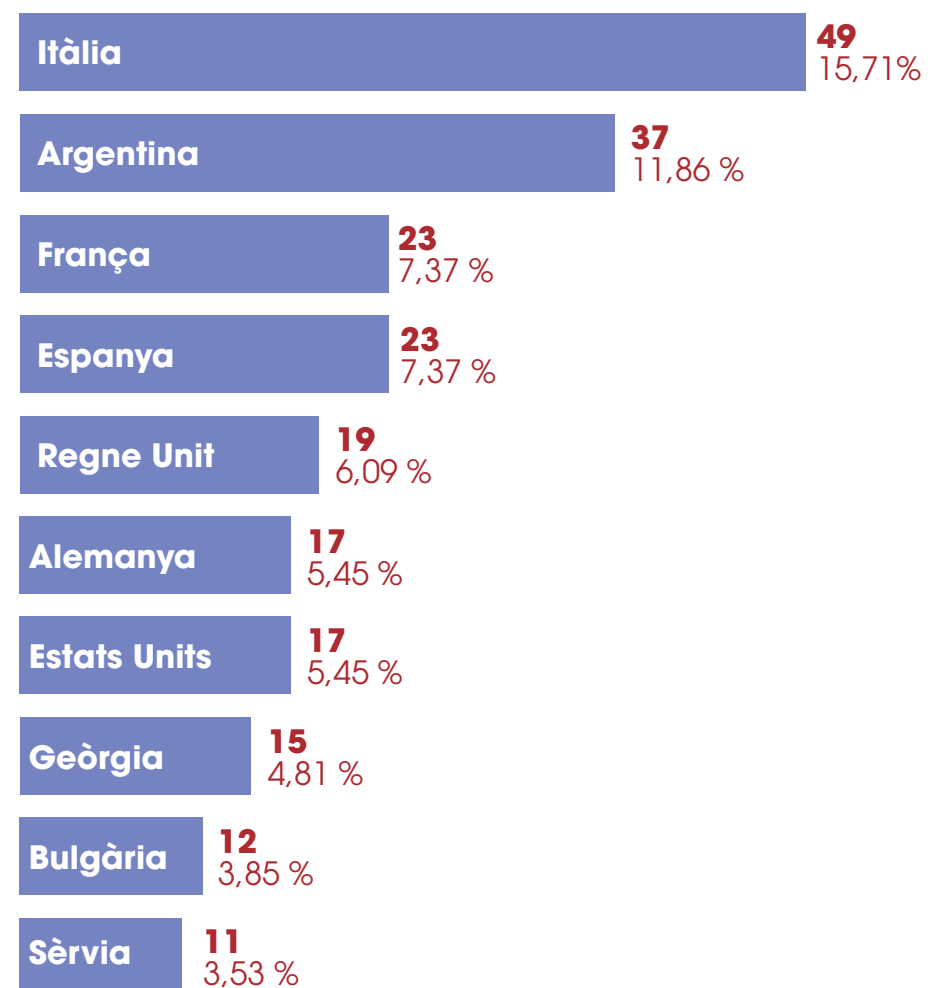
de premsa i es van enviar 4 notes de premsa, internacionalment, a mitjans i agències de comunicació.

Viatges de premsa: Es van gestionar fins a 24 viatges de premsa amb mitjans internacionals, com Time (Estats Units), The Guardian (Regne Unit), Le Figaro (França), Der Spiegel (Alemanya), RAI 3 (Itàlia), Feelgood (Noruega), RTVE (Espanya); la majoria dels viatges de premsa, amb temes culturals, Lifestyle de gastronomia i el segment Premium.

Els professionals que ens van consultar més eren italians, argentins, espanyols, francesos i anglesos.



Press cards 2023



Partenariat i filiació



L'Àrea de Membres i Partenariat es va crear el 2022 amb la finalitat de donar més serveis, i millors, als membres de Turisme de Barcelona. Amb el nou plantejament, es va desplegar un model més equitatiu, amb més serveis i que dona el mateix tracte a tothom, tenint en compte les particularitats de cada empresa segons el sector que representa.

A través de l'Àrea de Membres i Partenariat s'ofereix una única interlocució entre els membres i Turisme de Barcelona, més àgil i efectiva segons la lògica de beneficis o serveis.

Tots els membres són membres de Turisme de Barcelona (en genèric) i disposen d'informació de qualsevol segment: compres, enogastronomia, cultura, enoturisme, esports, sostenibilitat, etc., a més de beneficiar-se de tots els avantatges de pertànyer al Consorci.

L'objectiu d'aquesta àrea és el següent:

- Interactuar amb les empreses adherides mitjançant una relació més directa i estreta per a poder multiplicar els beneficis i obtenir un major retorn.
- Donar visibilitat als membres mitjançant els suports promocionals i els canals propis.
- Fidelitzar els membres de Turisme de Barcelona.
- Captar nous membres amb l'objectiu d'incorporar nous microsegments i un relat de ciutat.
- Ampliar el nombre de membres en els segments amb poca oferta.
- Cercar socis estratègics, crear acords de guanyar-guanyar amb la indústria i amb socis privats.
- Millorar els elements de comunicació interns amb els nostres membres.
- Fomentar la interacció dels membres amb Turisme de Barcelona.

En el 2023 es van incorporar 75 nous membres a Turisme de Barcelona i 31 empreses van desestimar d'adherir-hi, principalment per motius econòmics i de tancament dels seus negocis. L'any s'ha tancat amb un total de 725 empreses membres (478 entitats membres de Turisme de Barcelona i 247 entitats membres de Turisme de Barcelona i del Barcelona Convention Bureau, repartides segons els diferents segments.



Allotjament
200 (26,4%)



Cultura
112 (14,8%)



Esports
30 (4%)



Shopping
122 (16,1%)



Serveis
108 (14,2%)



Transport
20 (2,6%)



Gastronomia
118 (15,5%)



Oci
48 (6,3%)

BMD
1 (0,5%)



L'Àrea de Membres i Partenariat vetlla per la presència i visibilitat dels membres en tots els àmbits i els suports de Turisme de Barcelona: articles de premsa, campanyes, continguts web i minillocs, participació i col·laboració en viatges de familiarització, viatges de premsa, viatges de bloguers, etc. que es duen a terme.

Aquest es va actualitzar la Guia oficial de restaurants 2023 en versió en línia, i es va crear una publicació ad hoc i personalitzada per al Mobile World Congress. També s'actualitzà la versió en línia del catàleg The Barcelona Col·leccions 2023, adreçat a professionals del segment Premium.

Durant el 2023, l'Àrea de Membres i Partenariat de Turisme de Barcelona va organitzar els següents esdeveniments:

Re Opening China 28 de febrer, Hotel Melià Sarrià

Presentació de la missió de promoció del mes de març al mercat asiàtic. Va incloure una taula rodona amb la Casa Àsia, el Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries, Port Xina, l'Ajuntament de Barcelona

i Santa Eulàlia per a aportar la percepció des del punt de vista del sector turístic. Assistència: 102 persones.

Convenció de Turisme de Barcelona 16 de maig, Hotel Catalònia Barcelona Plaza

Jornada de reflexió i informació del Consorci sobre reptes i oportunitats del sector turístic, amb un programa divers i dinàmic. Els temes tractats eren «La nova promoció turística i econòmica de Barcelona», «Copa Amèrica», «Reptes i oportunitats de la transformació digital en el sector», «Pla de Modernització i Competitivitat del Sector Turístic» i «Fons Europeus». Assistència: 360 persones.



30è Aniversari de Turisme de Barcelona i 40è aniversari del Barcelona Convention Bureau

13 de setembre, esplanada de l'Anella Olímpica de Montjuïc

Celebració dels 30 i 40 anys de la fundació del Consorci i del BCB, amb un acte social que va comptar amb l'assistència d'uns 700 representants de tots els sectors i de tots els actors presents en l'economia. També hi van participar les màximes institucions del país, amb el conseller d'Empresa i Economia, Roger Torrent; l'alcalde de Barcelona, Jaume Collboni; la presidenta de la Cambra de Comerç, Mònica Roca, i el president del Comitè Executiu del Consorci, Eduard Torres. Entre altres personalitats, van assistir a l'acte el tinent d'Alcaldia d'Economia, Hisenda, Promoció Econòmica i Turisme, Jordi Valls; el director del Barcelona Convention Bureau, Christoph Tessmar; el vicepresident del Consorci, Jordi Clos, i algunes personalitats destacades de diferents sectors MICE, com John Hoffman (MWC) i Mike Blackman (ISE); l'arquitecta, Benedetta Tagliabue; Mercè Sumarroca (Caves Sumarroca); Carme Rusalleda (gastronomia); Judith Mascó (Fundació Ared), o Francina Alsina (Taula del Tercer Sector).





Formació. Dades de context de l'activitat turística

26 d'octubre, Hotel Barceló Sants

Organització per als equips tècnics de les empreses membres d'una sessió sobre l'activitat turística a Barcelona, amb l'objectiu de transferir coneixement sobre com aprofitar i treballar les dades que publica l'Observatori del Turisme, donar a conèixer els continguts de l'Observatori i fer extensius els documents exclusius per a membres. Assistència: 34 persones.

Mercats Estratègics 2024

Aproximació als mercats emissors i Campanya de Nadal 2023 (14 novembre 2023, Hotel Nobu): Informació sobre noves obertures: Àsia, EUA, LATAM. A més, es fa un recordatori dels grans esdeveniments previstos i de la repercussió que tenen en el calendari de promoció. En aquest acte, es presentà la campanya de Nadal 2023 «Barcelona, un Nadal obert al món». Assistència: 140 persones.

Trobada amb els nous xefs amb estrella Michelin 2023

13 de desembre, Mercat del Ninot

L'alcalde de Barcelona i el president del Comitè Executiu de Turisme de Barcelona van tenir una trobada amb els xefs guardonats a la nova Guia Michelin per a intercanviar impressions amb l'objectiu de continuar ocupant un lloc entre els millors en l'àmbit de la gastronomia.

Partenariat: Un altre dels objectius d'aquesta àrea és cercar recursos per a Turisme de Barcelona: establir aliances estratègiques, estables i duradores, amb empreses líders de Barcelona o amb activitat econòmica a la Ciutat Comtal i amb presència en mercats exteriors que aportin a la marca Barcelona valors de lideratge, professionalitat, innovació, dinamisme, sostenibilitat i eficiència.

Acords signats durant el 2023, amb uns ingressos de 144.725 € + IVA

- Quironsalud
- El Corte Inglés
- La Roca Village
- Museu Nacional d'Art de Catalunya

Comercialització per publicitat als canals propis (fullets, monòlits, videomosaics...): Durant el 2023, es van aconseguir uns ingressos per publicitat de 189.050 € + IVA.



Servei d'Atenció al Visitant i Venda en línia



Servei d'Atenció al Visitant

Aquest any 2023 ha suposat un punt d'inflexió positiu per al turisme a Barcelona. Amb una recuperació gradual del flux turístic i un augment en les despeses dels visitants.

La xarxa d'Oficines d'Informació de Turisme de Barcelona va registrar 2.007.098 usuaris, amb un total de 2.640.918 consultes, la qual cosa representa un increment del 9,79% respecte a l'any 2022. A més, s'observà un increment en el tiquet de venda, fins a arribar a 60 € de mitjana.

Es reprèn el Projecte Idees, aturat des del 2020, valorant i premiant les idees presentades des del 2019.



2.007.098
usuaris



2.640.918
consultes

Remodelació dels punts d'informació de Turisme de Barcelona

El principal objectiu de la remodelació era renovar la imatge de les oficines i les cabines d'informació, i unificar criteris d'acord amb la línia corporativa per a identificar la xarxa d'oficines com a part integral de la marca Turisme de Barcelona.

Es va millorar la senyalització de les oficines, tant a l'interior com a l'entorn exterior, a fi d'identificar-les clarament com a punts d'informació oficials de la ciutat de Barcelona.

Es van fer ajustaments en els espais de treball, tenint en compte les necessitats dels treballadors i millorant-ne les condicions laborals; també es va considerar l'ambient d'atenció al visitant.

Es van dur a terme iniciatives d'optimització per a garantir l'accessibilitat dels punts d'informació dins les possibilitats existents.

Les intervencions durant l'any van seguir aquest calendari planificat:

— **Oficina Plaça Catalunya:** A l'abril

es va fer una intervenció a l'oficina situada a la plaça de Catalunya.

— **Oficina de la Catedral:** Es va dur a terme una intervenció a l'oficina de la Catedral per a ampliar-ne l'espai disponible, i s'integrà aquesta oficina dins la Casa de l'Almoina, en una iniciativa de col·laboració amb el Museu Diocesà. Aquesta intervenció ha mantingut la mateixa línia de disseny que l'oficina de la plaça de Catalunya.

— **Mirador de Colom:** Es va portar a cap una intervenció a l'oficina situada al Mirador de Colom.

Atenció personalitzada i catàleg d'experiències

Es va reafirmar la importància de l'atenció personalitzada als clients, que s'ajustà meticulosament a les seves necessitats específiques en tot moment.

L'objectiu fonamental era crear experiències turístiques significatives i sostenibles, enriquides per un conjunt de valors afegits que compreguin la immersió cultural i deixin una



empremta perdurable en cada visitant.

Els punts d'informació disposen d'un extens catàleg de més de 250 productes i experiències, dissenyat per a satisfer les necessitats particulars de cada visitant, fet que garanteix una oferta adaptada i completa.

Creació de producte propi de marxandatge

D'acord amb la modernització de la imatge dels punts d'informació, es va desenvolupar i implementar un catàleg d'articles de regal, de disseny exclusiu, que representen d'una manera diferent la silueta urbana de Barcelona.

Aquests productes, dissenyats d'acord amb els criteris de qualitat i autenticitat, estan disponibles en diferents ubicacions, entre les quals hi ha l'Oficina Plaça Catalunya, l'Oficina de la Catedral i el Mirador de Colom.

La bona resposta a la iniciativa va impulsar l'extensió progressiva del catàleg a altres punts d'informació.

Informació, Centre d'Atenció Telefònica

El 2023 ha estat un any de reafirmació en la recuperació del Centre d'Atenció Telefònica.

Es van rebre unes 28.000 consultes, un 15% més que a l'any 2022, amb una mitjana de 77 consultes diàries, un 62% de les quals eren d'usuaris internacionals i un 38%, estatals.

Un 67% d'aquestes consultes van rebre per correu electrònic i un 33% per telèfon. Com a novetat, pel setembre es va introduir la possibilitat de contactar per WhatsApp; de primer, per a consultes exclusivament relacionades amb la Barcelona Card i, després, per a Tickets com a mitjà de contacte.

Es van dur a terme un total de 170 serveis privats i personalitzats, i s'ingressaren prop de 98.000 € per aquests conceptes.

Acció dels departaments

Barcelona Tickets

Durant el 2023, es van portar a cap

algunes accions destacades que han ajudat a millorar la relació comercial amb les empreses membres de Turisme de Barcelona, així com a reforçar la integració de sistemes de venda, unes accions que han contribuït a optimitzar la conversió final de resultats i l'experiència dels usuaris i els equips de treball intern. Són les següents:

- **Clorian:** Augment de les connexions de venda de serveis, per mitjà de la plataforma (Museu de l'Art Prohibit, Centre d'Exposicions Ideal, American's Cup Experience, i La Pedrera) i amb Euromus la venda del Parc d'Atraccions del Tibidabo i el Zoo.
- **Google:** Accions d'optimització natural (SEO) de posició a Google.
- **Ampliació i millora de productes oferts a l'API:** Per a ampliar serveis al Challenge Manager de Palisís, plataforma que dona accés a la venda dels productes de la plataforma Tickets a operadors turístics.
- **Oficines:** Millores en l'entorn de gestió interna per a millorar la recepció de vendes d'operadors

turístics i al Centre d'Atenció Telefònica per a cercar reserves de sortides dels *Walking Tours* propis.

- **Centre d'Atenció Telefònica:** Posada en marxa de WhatsApp.
- **Comerç digital:** Implementació de bàners de compra de la família Barcelona Card dins el comerç electrònic.
- **Pay Pal:** Implementació del nou sistema de pagament Pay Pal per a usuaris adscrits.
- **Tickets:** Millores en versió mòbil; millora de la visualització del cercador, lupa i imatges de la portada.
- **Col·laboració amb Màrqueting Digital** i el Departament de Comercialització per a donar sortida tècnica a campanyes temporals, com El calendari d'Advent, VISA o SeaFood, entre d'altres.
- **The Best Experience:** Col·laboració en el projecte, amb material de creació d'entorn web i definició d'estructura operativa.

Venda en línia

182* Activitats

- 147 Barcelona ciutat
- 35 Resta de Catalunya
- 49 Activitats lúdiques
- 3 Vehícles singulars
- 14 Multi-tiquets
- 42 Esports i muntanya
- 52 Tours guiats
- 9 Visites guiades en bicicleta
- 62 Família
- 20 Enogastronomia
- 16 Concerts i musicals
- 8 Serveis
- 28 Edificis singulars
- 27 Visites guiades a peu
- 26 Mar
- 25 Museus

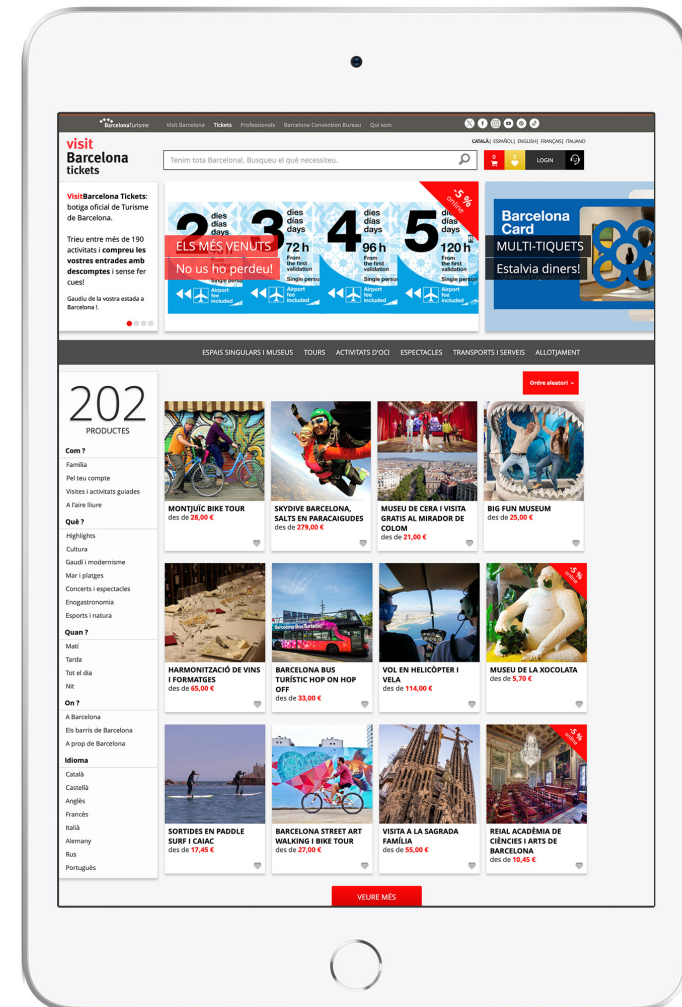
* Hi ha productes que es poden categoritzar en més d'un filtre descriptiu. Per aquest motiu, la suma de tots els productes de les categories és superior al nombre d'activitats.

119 Empreses

- 25 membres de Tickets
- 4 membres de BCN és molt més
- 90 membres d'altres programes de Turisme de Barcelona

1.000.025
Nombre de visites

2' 40''
Mitjana de la durada de cada visita



Recursos humans i organització

Acció dels departaments



A nivell de recursos humans, durant el 2023 la plantilla s'ha vist incrementada moderadament degut a la necessitat de personal informador per a l'obertura de punts d'informació que encara estaven tancats.

Cal destacar l'obertura d'una convocatòria de selecció de personal laboral realitzada a principis d'any per tal de crear una bossa d'informadors destinada a cobrir les necessitats del departament de Servei d'Atenció al Turista, tant pels punts ja oberts al públic com per aquells que estan oberts parcialment i per a nous punts previstos en el pla d'accions del 2023 i vinculats sobretot a la Copa Amèrica. El màxim de personal que forma part de la bossa és de 6 persones. De les 6 persones seleccionades, durant l'any es formalitzen 5 contractes.

Amb això l'any es tanca amb 123 treballadors, 93 dones i 30 homes.

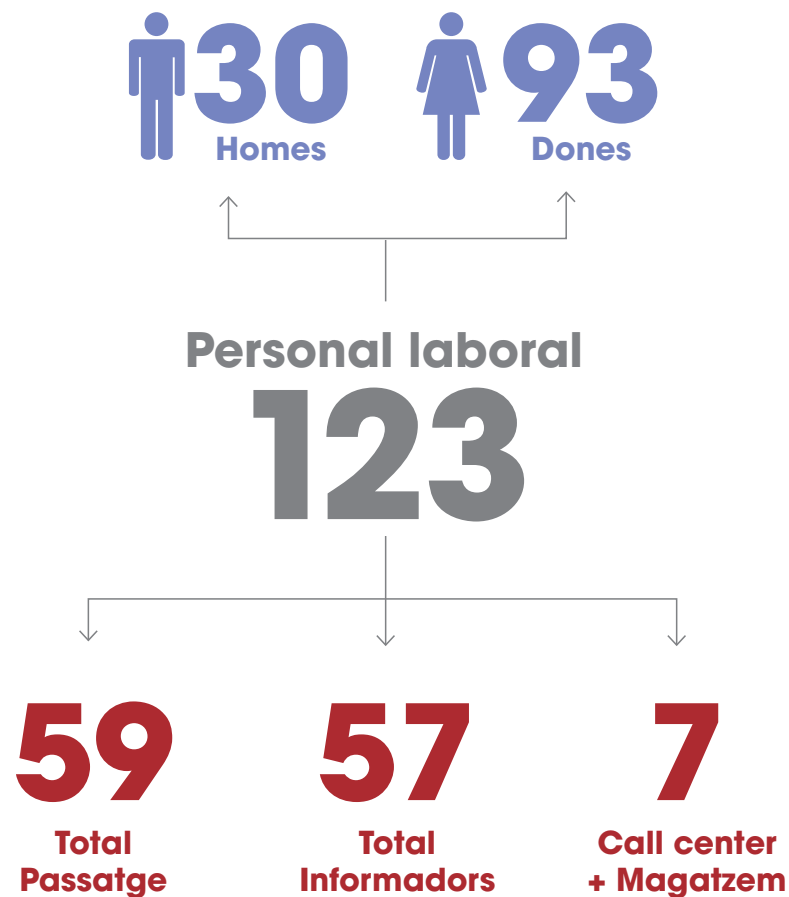
Formació, Pla d'Igualtat, Riscos Laborals i millores socials

Aquest any, a nivell d'igualtat, s'inicia l'estudi de la bretxa salarial per determinar les diferències salarials

que puguin existir entre personal que ocupi una mateixa posició. Tenint en compte que la plantilla està formada per més del 75% de dones, les accions que es prenen des del Comitè d'Igualtat van orientades a la sensibilització i ús de llenguatges inclusius.

Dins de la Planificació de Riscos Laborals se segueix la línia d'altres anys amb avaluacions periòdiques dels centres de treball i l'atenció plena en el tema dels riscos psicosocials.

En formació, i seguint la política de subvencionar tots els cursos o seminaris que ajuden al treballador en les seves tasques del dia a dia, cal destacar els cursos que aquest any, a part dels idiomes, han tingut més demanda. Formacions específiques en SEO i Intel·ligència Artificial dins de l'àrea de màrqueting i de Gestió d'Equips per la nova responsable de les Oficines d'Informació, així com cursos de sensibilització per atendre a persones discapacitades o amb parkinson han estat els mes realitzats.



Compliment normatiu i transparència



Pel que fa al sistema de prevenció de riscos penals de Turisme de Barcelona, l'any 2023 s'ha fet un seguiment de les eines establertes pel Sistema de prevenció i s'ha dut a terme la formació preceptiva al personal del Consorci.

També es va revisar el procediment de denúncies del Consorci de Turisme de Barcelona i s'adaptà als nous requisits legals relatius a aquesta matèria. Així, s'aprovà una nova política del Sistema intern d'informació del Consorci com a procediment de gestió de les comunicacions rebudes en el sistema intern d'informació i la designació del responsable del Sistema intern d'informació. L'enllaç directe al Sistema intern d'informació — Canal de conducta està disponible a la pàgina web del Consorci i roman visible durant tota la navegació.

Pel que fa a transparència, es van dur a terme les tasques de manteniment dels continguts publicats a l'apartat Transparència del web del Consorci.

L'informe anual del 2023 sobre compliment que es va fer externament conclou que el grau de compliment del Codi i de funcionament de la resta de mesures que contenen el Sistema de prevenció de riscos penals de Turisme de Barcelona és adequat, d'acord amb les exigències normatives. Per al 2024, és previst aprofundir en l'actualització de l'anàlisi de riscos penals.



Eines tecnològiques

L'any 2023, en el marc dels fons *Next Generation*, es va dur a terme un estudi sobre la situació actual (as is) de la plataforma tecnològica i la corresponent evolució (to be). Aquest estudi serví de base per a definir els diferents projectes que cal desenvolupar i la plataforma que els ha de sustentar.

Internament, es va posar en marxa una prova pilot per a definir i validar l'aplicació de la tecnologia d'infraestructura d'escriptori virtual (VDI) per als treballadors de les oficines centrals. La prova pilot donarà resultats durant el 2024, any en què es definirà la política d'aplicació d'aquesta tecnologia.

En el mateix àmbit intern, es va fer una renovació parcial del parc informàtic de la casa, tot esperant les conclusions del projecte pilot d'escriptori virtual que marcarà l'estratègia de renovació de les eines tecnològiques.

Quant al desenvolupament d'eines internes, el Departament ha col·laborat a posar en marxa la nova web de la Barcelona Card, així com la del sistema gestor de butlletins per a l'àrea de membres (*TdBN*ews).



Activitat turística (estadístiques)



Segons l'Organització Mundial del Turisme, l'any 2023 més de 1.300 milions de turistes van realitzar viatges internacionals, el que va significar assolir un 88% dels nivells anteriors a la pandèmia en l'àmbit mundial i un 94%, en l'europèu.

Una forta demanda intraeuropea i del mercat estatunidenc, que s'ajuntà amb la reobertura internacional dels mercats asiàtics, va potenciar la recuperació de l'activitat turística. Tanmateix, la persistència del conflicte entre Rússia i Ucraïna, la crisi energètica, la inflació, la pujada dels tipus d'interès i l'esclat de la guerra a Israel es van erigir com els seus principals condicionants limitadors.

Durant aquest exercici, l'Observatori del Turisme a Barcelona: ciutat i regió estima que la ciutat de Barcelona va rebre 15,6M de turistes, generant un impacte econòmic de la despesa directa de 9.676 M d'euros.



Oferta i demanda d'allotjament

Malgrat la impossibilitat de sol·licitar noves llicències d'allotjament a Barcelona, degut al PEUAT, l'oferta d'allotjament turístic va créixer interanualment (+4,0%, en establiments i +1,6%, en places). Això va ser degut a l'obertura d'establiments amb llicències atorgades prèviament i d'alguns habitatges d'ús turístic (HUTs), que van haver de ser donats d'alta al CCEAT. Així, la ciutat va comptabilitzar 10.701 establiments d'allotjament turístic censats, entre hotels, pensions, apartaments turístics, habitatges d'ús turístic i albergs, el que va representar un total de 152.320 places.



Quant a la demanda, les arribades de turistes van augmentar, de mitjana, un +14,1% respecte l'any anterior en totes les tipologies d'allotjament de que es disposa de dades, mentre que el creixement en pernoctacions, va ser lleugerament inferior, del +11,8%. Això va ser degut a una petita davallada de l'estada mitjana en allotjament turístic, que es va situar lleugerament per sota de les 3 nits. Així, les xifres es va igualar pràcticament a les de 2019, situant-s'hi en tan sols un -0,1% per sota en nombre de turistes i, un +0,1, en pernoctacions.

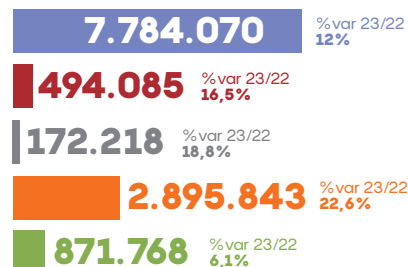
Amb una estada mitjana de 2,6 nits (veure Taula 1), els hotels de la ciutat van superar, per primer cop, els 20 milions de pernoctacions (+10,4% Var. 23/22).

Els habitatges d'ús turístics, amb 11,7 milions de pernoctacions, van ser els que van registrar creixements més elevats respecte 2022, un +22,6% en nombre de turistes, un +15,9% en pernoctacions i un increment de l'ocupació en places de +7,6pp.

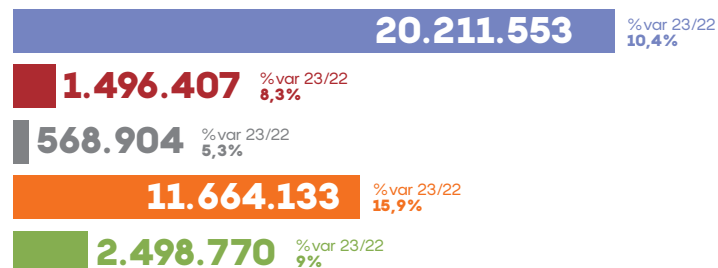
Demanda d'allotjament a Barcelona ciutat 2023

Font: Observatori del Turisme a Barcelona: ciutat i regió

Turistes

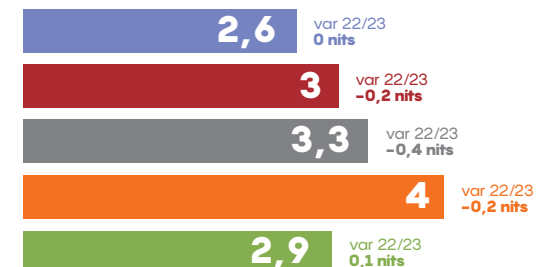


Pernoctacions

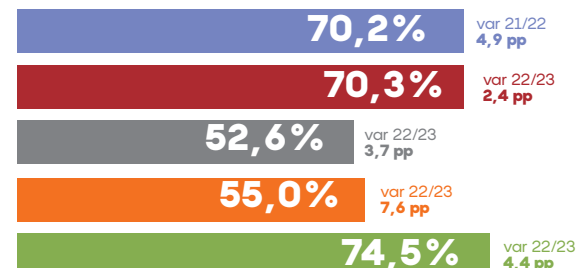


- Hotels
- Pensions i hostals
- Apartaments turístics
- Habitatges d'ús turístic
- Albergs

Estada mitjana



Ocupació (places)





Infraestructures de transport

La recuperació mundial de la capacitat aèria es va traslladar en un augment, tant d'operacions (+12,5%) com de moviments de passatgers (+19,9%) a l'Aeroport de Barcelona, que tot i no superar xifres pre pandèmiques (-5,3% Var. 23/19), va tancar l'exercici amb quasi 50 M de moviments de passatgers. Cal destacar especialment l'augment de passatgers en vols intercontinentals (+34,2%), motivat per la recuperació de la normalitat al mercat aeri a nivell mundial.

Al Port de Barcelona, es van registrar 803 arribades de creuers i 3.274 de ferris, que van transportar més passatgers que mai: 3,6M, en el primer cas, i 1,7M, en el segon.

En l'àmbit ferroviari, la ciutat de Barcelona va estar directament connectada per l'alta velocitat amb 9 destinacions internacionals i 16 de nacionals.

Perfil i hàbits del turista

Durant 2023, el turista tipus a Barcelona va ser un home de 35 anys, amb estudis universitaris, que treballava per compte altri i que va viatjar principalment per oci i en parella.

Degustar gastronomia (95,7%), realitzar visites culturals (76,9%) i anar de compres / shopping (62,2%) es van erigir com les activitats més realitzades durant l'estada a la ciutat (veure Gràfic 1).

Els turistes domèstics van continuar en primer lloc del rànquing de procedència de turistes a la ciutat, amb un 19,3% de quota de mercat i, en nombres absoluts, van créixer un +3,0% interanual.

Activitats realitzades pels turistes a Barcelona ciutat al 2023

Font: Observatori del Turisme a Barcelona: ciutat i regió





Amb tot, el turisme internacional va créixer per sobre del domèstic (+14,3% Var. 23/22), fet que va dur a incrementar la seva quota de mercat per sobre del 80% per primer cop després de la pandèmia. En aquest cas, a més, cal fer especial menció a l'augment dels turistes intercontinentals, en particular als procedents de Japó (+180,4% Var. 23/22) i la Xina (+140,0% Var. 23/22), com a conseqüència de l'aixecament definitiu de les restriccions per viatjar.

En el rànquing de turistes internacionals, els turistes provinents d'Estats Units van mantenir el seu lideratge (12,6% de quota), experimentant, a més a més, un creixement interanual del +27,9%. Els van seguir els residents al Regne Unit, que també van créixer en número de turistes (+11,3% Var. 23/22) i van obtenir un 7,4% de quota. França (-9,5% Var. 23/22) i Itàlia (+13,8% Var. 23/22) van completar el top 5 de mercats de procedència dels turistes amb quotes del 7,3% i el 6,1%, respectivament.

Despesa turística

El 2023, totes les categories de despesa turística van augmentar interanualment: el transport d'arribada (382,0€/persona) va augmentar un +5,7%, el cost de l'allotjament per persona i dia (84,2€) es va encarir un +22,9% i la despesa durant l'estada per nit, va superar, per primer cop des de que es tenen registres, els 90€ per persona i nit, el que suposa un increment del +8,7% per sobre de 2022.

D'aquesta despesa, la compra de menjar i beguda va continuar sent la partida en la que es van invertir més diners (46,5% del total). La despesa en entreteniment oci i cultura (19,5%) va ocupar la segona posició i va superar la quota obtinguda en exercicis previs a la pandèmia.

Els que van realitzar la despesa més elevada durant la seva estada van ser els turistes internacionals, que van gastar 95,6€ per persona i nit, i els que van viatjar per motius professionals, amb una despesa de 109,9€.



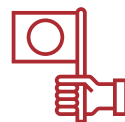
50 M

passatgers Aeroport de Barcelona



95,6 €

despesa durant l'estada per persona i dia



+180%

visitants Japó Var. 23/22

Acords



Agència catalana de Turisme

— Conveni de col·laboració

Integració en el Consell de Direcció de l'Agència Catalana de Turisme.

— Conveni de col·laboració

Organització de l'acte de benvinguda de la fira IBTM.

Ajuntament de Barcelona

— Conveni de col·laboració

Planificació i coordinació de la promoció turística de la destinació Barcelona i del corresponent màrqueting turístic com a destinació responsable i sostenible, del turisme de reunions i de l'Observatori del Turisme a Barcelona.

— Conveni de col·laboració

Gestió PRTR en el marc dels fons *Next Generation*.

Cambra de Comerç de Barcelona

— Conveni de col·laboració

750è Aniversari del Consolat de Mar.

Diputació de Barcelona

— Conveni de col·laboració

Participació, al Palau Güell, en *Barcelona Card Modernista*

Fundació Capital Nàutica

— Conveni de col·laboració

Regata Preliminar de Vilanova i la Geltrú.

— Conveni de col·laboració

Copa Amèrica.

Generalitat de Catalunya

— Conveni de col·laboració

Pràctiques duals.

Gala Michelin

— Conveni de col·laboració

Organització i desenvolupament dels esdeveniments propis de ser ciutat amfitriona de la Gala Michelin España 2024.

Icària

— Conveni de col·laboració

Business With Social Value.

Institut de Cultura de Barcelona (ICUB)

— Conveni de col·laboració

Pròrroga de l'acord per a la participació dels museus municipals en la Barcelona Card.

Ministeri de Cultura i Esport

Departament d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya

Ajuntament de Barcelona

Fundació Barcelona Capital Nàutica

— Conveni interadministratiu

Venue Appointment Agreement America's Cup.

School of Travel Journalism

— Conveni de col·laboració

Foment de la formació i la promoció de la destinació Barcelona.

Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)

— Acord de col·laboració

Addenda al conveni de l'exercici 2023 per a promoció i el MNAC en el sector turístic internacional i millorar les condicions de disposició de recursos i espais del museu per a Turisme de Barcelona.

Contractes



Contractació administrativa

El Consorci de Turisme de Barcelona, com a ens del sector públic, no pas administració pública ni poder adjudicador, és subjecte al que determina l'article 321 de la Llei de contractes del sector públic (LCSP), i tots els seus contractes són considerats contractes privats de l'Administració.

A continuació es detallen els imports per contractes adjudicats el 2023, de manera agregada de les contractacions administratives fetes en l'exercici en funció del corresponent procediment d'adjudicació.

En aplicació de l'esmentat article 321 de la LCSP, les adjudicacions directes detallades corresponen al nostre llibre establert en les «Instruccions internes de contractació», no pas en el genèric de la LCSP. En aquest sentit, tots els contractes de serveis/subministraments superiors a 15.000 € i inferiors a 60.000 € s'adjudiquen mitjançant el procediment d'adjudicació directa amb concurrència de tres ofertes.

Tipus de contracte	Obert	obert simplificat	Amb negociació	Adjudic. Directa	Emergència covid-19	Totals
Obres	0	0	0	0	0	0
Subministrament	0	0	0	13.073,00	0	13.073,00
Gestió de serveis públics	0	0	0	0	0	0
Serveis	1.577.200,00	0	0	559.380,68	0	
Concessions de serveis	0	0	0	0	0	0
Administratiu especial	0	0	0	0	0	0
TOTAL	1.577.200,00	0	0	572.453,68	0	2.149.653,68

Pressupost



1. Estats financers

a. Liquidació del pressupost

El pressupost de Turisme de Barcelona per l'exercici 2023 va ser aprovat pel Consell General en sessió celebrada el 19 de desembre de 2022. Tot seguit es mostra amb detall el tancament del pressupost, el balanç de situació i el compte de resultats a 31 de desembre de 2023.

Ingressos

Econ.	Descripció	Previsions inicials	Modificacions	Previsions definitives	Drets reconeguts nets	Variació %
30	Venda de productes i serveis	28.425.000,00	1.740.000,00	30.165.000,00	31.242.300,05	3,57
34	Gestió productes turístics	4.800.000,00	1.110.000,00	5.910.000,00	6.173.847,32	4,46
35	Quotes i reinversions	2.100.000,00	0,00	2.100.000,00	1.636.754,80	-22,06
36	Publicitat, patrocini i accions promocionals	720.000,00	0,00	720.000,00	690.193,39	-4,14
40	Transferències Ajuntament de Barcelona	7.902.000,00	5.004.307,20	12.906.307,20	12.976.210,20	0,54
46	Aportacions Diputació de Barcelona	370.000,00	0,00	370.000,00	400.000,00	8,11
5	Ingressos patrimonials.	25.000,00	0,00	25.000,00	116.266,66	365,07
70	Transferències de capital	0,00	0,00	0,00	5.500.000,00	--
82	Reintegrament de préstecs i avançaments	10.000,00	0,00	10.000,00	21.885,23	118,85
87	Romanent de tresoreria.	0,00	2.480.000,00	2.480.000,00	0,00	-100,00
Total		44.352.000,00	10.334.307,20	54.686.307,20	58.757.457,65	7,44

Despeses



Econ.	Descripció	Inicials	Modificacions	Definitius	Obligacions reconegudes netes	Variació %
13	Personal laboral	5.040.000,00	0,00	5.040.000,00	4.691.973,86	-6,91
14	Contribució a plans prejubilacions	350.000,00	0,00	350.000,00	288.494,53	-17,57
16	Quotes, prestacions i despeses socials a càrrec de l'ocupador	1.456.000,00	6.000,00	1.462.000,00	1.392.732,43	-4,74
20	Arrendaments i cànon	521.000,00	50.000,00	571.000,00	560.587,48	-1,82
21	Reparacions, manteniment i conservació	243.200,00	55.000,00	298.200,00	230.140,43	-22,82
22	Subministraments, assessories, neteja i resta serveis generals	839.800,00	110.000,00	949.800,00	818.356,60	-13,84
22	Compra de mercaderies	25.582.499,00	2.300.000,00	27.882.499,00	27.793.422,97	-0,32
22	Despeses oficines i BBT	4.000.000,00	851.000,00	4.851.000,00	4.836.668,25	-0,30
22	Accions promocionals, estudis i sostenibilitat	4.461.501,00	2.544.307,20	7.005.808,20	7.129.134,45	1,76
22	Accions captació i promoció programa MICE	0,00	1.000.000,00	1.000.000,00	256.329,58	-74,37
23	Despeses de viatge	375.000,00	15.000,00	390.000,00	347.308,25	-10,95
24	Despeses de publicacions	65.000,00	40.000,00	105.000,00	96.878,29	-7,73
31	Despeses financeres	265.000,00	42.000,00	307.000,00	294.311,15	-4,13
45	Transferències	0,00	3.183.000,00	3.183.000,00	2.883.000,00	-9,43
62	Inversió nova associada al funcionament operatiu dels serveis	5.000,00	115.000,00	120.000,00	72.286,38	-39,76
64	Despeses en inversions de caràcter immaterial	1.000,00	0,00	1.000,00	0,00	-100,00
82	Préstecs a curt termini (bestretes personal)	5.000,00	23.000,00	28.000,00	18.485,23	-33,98
91	Amortització de préstecs i d'operacions en euros	1.142.000,00	0,00	1.142.000,00	1.081.794,50	-5,27
	Total	44.352.000,00	10.334.307,20	54.686.307,20	52.791.904,38	-3,46

Resultat pressupostari



	Drets reconeguts nets	Obligacions reconegudes netes	Ajustos	Resultat pressupostari
a. Operacions corrents	53.235.572,42	51.619.338,27		1.616.234,15
b. Operacions de capital	5.500.000,00	72.286,38		5.427.713,62
1. Total operacions no financeres (a+b)	58.735.572,42	51.691.624,65		7.043.947,77
c. Actius financers	21.885,23	18.485,23		3.400,00
d. Passius financers	0,00	1.081.794,50		-1.081.794,50
2. Total operacions financeres (c+d)	21.885,23	1.100.279,73		-1.078.394,50
I. RESULTAT PRESSUPOSTARI DE L'EXERCICI (I=1+2)	58.757.457,65	52.791.904,38		5.965.553,27
AJUSTOS:				
4. Desviacions de finançament negatiu de l'exercici			1.736.329,58	
Romanent Ajuntament		1.480.000,00		
Romanent fons MICE		256.329,58		
5. Desviacions de finançament positiu de l'exercici			5.860.000,00	
DIBA ajust 2023		30.000,00		
Ingressos anticipats Ajuntament 2024		330.000,00		
Ingressos anticipats Ajuntament Next Generation		5.500.000,00		
II. TOTAL AJUSTOS (II=3+4-5)			-4.123.670,42	
RESULTAT PRESSUPOSTARI AJUSTAT (I+II)				1.841.882,85



Resultat pressupostari ajustat	1.841.882,85
Inversions de l'exercici	72.286,38
Amortització passius financers ICF	1.081.794,50
Regularització periodificació interessos ICF	12.266,02
Saldo bestretes avançaments personal	-3.400,00
Amortització Immobilitzat immaterial i material	-131.346,08
Variació d'estocs de mercaderies	-195.478,23
Variació provisió morositat	-86.912,44
Variació periodificació nòmines i incentius personal	-17.256,10
Ajustaments prorata IVA	-11.160,96
Amortització FEDER	8.142,93
Regularització valors	1.126,28
Ajust prejubilacions	288.494,53
Altres	-1.986,40
Impost de Societats a retornar 2022	338.650,62
Resultat d'exploració	3.197.103,90

Anàlisi del resultat pressupostari

Ingressos

El pressupost del 2023 s'ha liquidat, amb els ajustos incorporats, amb uns ingressos de **54,6M€**, que comparativament amb el pressupost aprovat inicialment per **44,3M€**, representa un increment de 10,2M€, que fonamentalment s'explica per:

Increment de **3,7 M€** en el capítol 3 de generació de recursos propis, motivat per la recuperació de l'activitat durant l'any 2023.

Increment de l'aportació de l'Ajuntament de Barcelona en **6,5M€**, per finançar accions promocionals finalistes per import de **1,9M€**, per la col·laboració en l'organització de l'esdeveniment Copa Amèrica per import de 2,8M€ i incorporant el romanent de l'any 2022 i el fons MICE per import de 1,8M€.

Despeses

Quant a les despeses pressupostàries, el tancament de l'exercici ha estat de **52,8 M€** sobre un pressupost aprovat de **44,3M€**, amb un creixement de **8,5M€**.

A destacar les següents partides:

La partida de personal presenta un estalvi de **0,5M€**, degut principalment a la no contractació del Director General prevista pel 2023, a la menor contractació d'informadors i a la disminució de la despesa dels prejubilats.

Les accions promocionals s'han incrementat en **6,5 M€**, motivades per les accions finalistes i la Copa Amèrica.

Pel que fa a les despeses generals, no hi hagut desviacions significatives respecte al pressupost inicial.

La compra de mercaderies creix **2,2M€**, com a conseqüència del creixement de l'activitat comercial.

El resultat pressupostari ajustat ha estat de **1,8M€**, que una vegada conciliades les despeses pressupostàries i financeres, ens ha donat un resultat d'explotació positiu de **3,2M€** el que ha suposat recuperar els fons propis positius, situant-los en **3,8M€**.



Ingressos

54,6 M€

Resultat pressupostari ajustat

1,8 M€

Resultat del compte d'explotació

+3,2 M€



Balanç de situació

31/12/2023

ACTIU	NOTES	31/12/2023	31/12/2022
A) ACTIU NO CORRENT		1.052.190,67	1.112.110,49
I. Immobilitzat intangible	8	0,00	0,00
2. Propietat industrial i intel·lectual		0,00	0,00
3. Aplicacions informàtiques		0,00	0,00
II. Immobilitzat material	5	946.092,25	1.007.138,35
1. Terrenys		107.701,44	107.701,44
2. Construccions		729.815,67	797.798,03
3. Infraestructures		97.057,25	97.057,25
5. Altre immobilitzat material		11.517,89	4.581,63
VI. Inversions financeres a llarg termini	10.1	106.098,42	104.972,14
1. Inversions financeres en patrimoni		53.026,42	51.900,14
4. Altres inversions financeres		53.072,00	53.072,00
B) ACTIU CORRENT		18.659.336,29	11.969.159,01
II. Existències	13	239.345,78	434.824,01
2. Mercaderies i productes acabats		239.345,78	434.824,01
III. Deutors i altres comptes a cobrar curt termini		8.346.166,33	5.109.275,39
1. Deutors per operacions de gestió	24.1	7.408.884,66	3.889.325,77
2. Altres comptes a cobrar	10.1	937.281,67	1.205.021,72
3. Administracions públiques	21.1	0,00	14.927,90
V. Inversions financeres a curt termini	10.1	5.132.302,53	137.824,80
2. Crèdits i valors representatius de deute		19.717,48	23.117,48
4. Altres inversions financeres		5.112.585,05	114.707,32
VII. Efectiu i altres actius líquids equivalents		4.941.521,65	6.287.234,81
2. Tresoreria	10.4	4.941.521,65	6.287.234,81
TOTAL ACTIU (A+B)		19.711.526,96	13.081.269,50



Balanç de situació

31/12/2023

PASSIU	NOTES	31/12/2023	31/12/2022
A) PATRIMONI NET		3.615.236,62	642.839,64
I. Patrimoni		601.012,10	601.012,10
II. Patrimoni generat		2.902.799,77	-77.740,14
1. Resultats d'exercicis anteriors		-77.740,14	-2.843.379,79
2. Resultat de l'exercici		2.980.539,91	2.765.639,65
IV. Subvencions rebudes pendents imputació a resultats		111.424,75	119.567,68
B) PASSIU NO CORRENT		1.958.196,97	2.764.098,84
I. Provisions a llarg termini	16	1.958.196,97	2.416.691,71
II. Deutes a llarg termini		0,00	347.407,13
2. Deutes amb entitats de crèdit	11.1	0,00	347.407,13
C) PASSIU CORRENT		14.138.093,37	9.674.331,02
I. Provisions a curt termini		0,00	0,00
II. Deutes a curt termini		415.947,75	1.159.601,14
2. Deutes amb entitats de crèdit	11.1	407.612,63	1.154.266,02
4. Altres deutes		8.335,12	5.335,12
IV. Creditors i altres comptes a pagar curt termini		13.722.145,62	8.514.729,88
1. Creditors per operacions de gestió	24.1	12.590.676,13	7.326.843,21
2. Altres comptes a pagar	11.5	828.503,88	857.455,50
3. Administracions públiques	21.2	302.965,61	330.431,17
TOTAL PATRIMONI NET I PASSIU (A+B+C)		19.711.526,96	13.081.269,50

Compte del resultat econòmic patrimonial

31/12/2023

Compte del resultat econòmic patrimonial	31/12/2023	31/12/2023
1. Ingressos tributaris	122.086,63	0,00
a) Impostos	122.086,63	0,00
2. Transferències i subvencions rebudes	14.760.682,71	9.289.077,59
a) De l'exercici	14.752.539,78	9.280.934,66
a.2) Transferències i subvencions	14.752.539,78	9.280.934,66
c) Imputació de subvencions per a actius corrents i altres	8.142,93	8.142,93
3. Vendes i prestacions de servei	39.743.095,56	31.065.147,54
a) Vendes	37.416.147,37	29.050.142,40
b) Prestació de serveis	2.326.948,19	2.015.005,14
A) TOTAL INGRESSOS DE GESTIÓ ORDINÀRIA (2+3)	54.625.864,90	40.354.225,13
8. Despeses de personal	-6.166.956,31	-5.693.605,52
a) Sous, salaris i assimilats	-4.709.229,96	-4.405.085,96
b) Càrregues socials	-1.457.726,35	-1.288.519,56
9. Transferències i subvencions concedides	-2.883.000,00	0,00
10. Aprovisionaments	-28.330.348,61	-22.453.794,85
a) Consum de mercaderies i altres aprovisionaments	-28.330.348,61	-22.453.794,85
11. Altres despeses de gestió ordinària	-13.880.947,19	-9.870.556,39
a) Subministrament i serveis exteriors	-13.743.991,86	-9.709.387,15
b) Tributs	-136.955,33	-96.131,18
c) Altres	0,00	-65.038,06
12. Amortització del immobilitzat	-131.348,08	-136.884,19
B) TOTAL DESPESES DE GESTIÓ ORDINÀRIA (8+9+10+11+12)	-51.392.600,19	-38.154.840,95
I. Resultat (estalvi o desestalvi) de la gestió ordinària (A+B)	3.233.264,71	2.199.384,18
14. Altres partides no ordinàries	0,00	623.141,19
a) Ingressos	0,00	623.141,19
II. Resultat de les operacions no financeres (I+14)	3.233.264,71	2.822.525,37
15. Ingressos financers	117.392,94	150.737,21
a) De participacions en instruments de patrimoni	116.266,66	136.936,67
a.2) En altres entitats	116.266,66	136.936,67
b) Altres actius i passius a valors raonable amb imputació en resultats	1.126,28	13.800,54
b.2) Altres	1.126,28	13.800,54
16. Despeses financeres	-283.205,30	-252.701,09
b) Altres	-283.205,30	-252.701,09
20. Deteriorament de valor, baixes i alienacions d'actius financers disponibles per la venda	-86.912,44	45.078,16
a) D'entitats del grup, multigrup i associades	0,00	-1.249,17
b) Altres	-86.912,44	46.327,33
III. Resultat de les operacions financeres (15+16+20)	-252.724,80	-56.885,72
IV. Resultat (estalvi o desestalvi) net del exercici (II + III)	2.980.539,91	2.765.639,65



Barcelona
Turisme

