

## Notícies del Sector

# Barcelona, el repte de GOVERNAR EL TURISME

**El Consell Plenari de l'Ajuntament va donar llum verda el passat 31 de març al nou Pla Estratègic de Turisme, el full de ruta que, amb l'horitzó 2020, aglutina el conjunt de polítiques municipals a desplegar durant els propers anys en matèria de turisme.**

No partim de nou. Aquest Pla Estratègic beu de l'avaluació dels reptes i de les conclusions que ja plantejava l'anterior Pla, així com de les *Bases per a un pacte local de turisme sostenible*, motiu pel qual hem volgut comptar amb els seus respectius coordinadors, Enric Truñó i Maria Abellanet, per formar part del Consell Assessor del nou Pla, que integren també els experts Oriol Nel-lo i Julie Wilson.

Partim, però, d'una realitat diferent de la que acompanyava els anteriors documents. El creixement sostingut de l'activitat turística ha estat imparable i força més accelerat que el que han registrat altres ciutats, des que la nominació olímpica de 1992 va situar Barcelona al mapa. Els esforços dedicats des d'aleshores a la promoció de la ciutat han donat rèdit al llarg d'aquests anys, i el turisme ha anat guanyant espai, no només entre els sectors econòmics estratègics de la ciutat, sinó també entre aquells elements que la configuren, fins a ser-ne avui un atribut inherent i indissociable. Barcelona no deixarà de ser ja una ciutat turística, immersa en un context global on el turisme urbà supera any rere any els seus registres.

## Nous reptes, nous plantejaments

Calia, davant d'aquest escenari, un nou plantejament que redirigís el focus i les energies de l'acció municipal per adreçar-les prioritàriament a la gestió d'aquesta ciutat turística. Així ho recull el Pla Estratègic, que situa entre els seus eixos principals l'enfortiment del lideratge públic en la governança del turisme. Una governança que cal fer, sens dubte, guiats pels agents socials i empresarials, procurant que l'activitat turística reverteixi millor i més àmpliament en el conjunt de la ciutat. Estem convençuts que aquest és un objectiu compartit, com ho és la certesa que cal intervenir en alguns espais i en algunes pràctiques per evitar que l'activitat turística col·lideixi amb la vida permanent a la ciutat fins a posar-la en risc. Un 11 % de la ciutadania de Barcelona situa el turisme com la seva principal preocupació, i aquesta és una realitat que seria

imprudent ignorar, tot i saber que el turisme no és el causant únic de totes les responsabilitats que se li atribueixen, però sí que n'ha esdevingut un element central en l'imaginari de l'opinió pública. La gentrificació que pateixen alguns barris, especialment a Ciutat Vella, o la bombolla alcista de preus del lloguer tenen en la dinàmica especulativa del mercat una explicació de la qual el turisme només és part.

## Ordenació de l'allotjament

És necessari fer pedagogia d'aquesta complexitat, tant com ho és desplegar mesures que vetllin per l'equilibri urbà i preservin la vida quotidiana als barris o protegeixin, per exemple, la funció social de l'habitatge. Aquests objectius estan darrere de mesures previstes al Pla Estratègic, com ara el PEUAT, el pla d'ordenació de l'allotjament turístic que intervé per primer cop en la planificació de la implantació territorial d'aquests allotjaments, preservant aquelles zones que han esgotat la seva capacitat de càrrega i afavorint el desenvolupament de les que ho necessiten. Una planificació que hem acompanyat d'una estratègia de combat intensiu contra la il·legalitat en el lloguer vacacional, que ja ha començat a donar els seus fruits, amb la reducció de l'oferta d'apartaments turístics il·legals.

L'equilibri urbà és, doncs, un altre propòsit prioritari del Pla Estratègic, que contempla també mesures per intervenir de manera específica en aquells punts concrets de la ciutat que, com els voltants de la Sagrada Família, registren una afluència massiva de visitants. Volem constituir en cadascun d'aquests espais taules de treball integrades per tots els agents públics i privats que hi intervenen, per tal d'ofertir solucions consensuades i adaptades a les necessitats de cada indret.



D'altra banda, el Pla reconeix al turisme la seva condició de sector estratègic per a la ciutat i el seu potencial per exercir de palanca de desenvolupament d'altres sectors econòmics. Parlem del comerç de proximitat, de barri, però també d'enfortir la vinculació dels establiments turístics amb proveïdors locals de tot tipus, així com de forjar sinergies entre el teixit empresarial de la ciutat i el nombrós turisme de reunions que acull la ciutat cada any.

### Sostenibilitat, l'objectiu irrenunciable

Governança, lideratge públic, millora del retorn a la ciutat, equilibri urbà, enfortiment del teixit econòmic al voltant de l'activitat turística... són objectius del Pla Estratègic 2020 desgranats en més de 90 mesures que tenen un paraigua comú: la sostenibilitat de la destinació Barcelona com a fita irrenunciable.

Quan parlem de sostenibilitat ens referim a un conjunt de condicions que van molt més enllà de l'impacte ambiental de l'activitat turística. Parlem d'equilibri territorial, de desenvolupament econòmic local, de responsabilitat social i també, lògicament, de costos ambientals. Però parlem també de condicions laborals dignes: no podem acceptar que el sector turístic sigui un dels que més ha crescut en els darrers anys, mentre manté el salari mitjà més baix entre el conjunt d'activitats econòmiques a la ciutat.

I parlem també de la necessitat que la promoció de la ciutat es posi al servei de tots aquests objectius, per tal que la sostenibilitat no sigui un atribut de la marca que es projecta, sinó una realitat producte de la mateixa estratègia de promoció.

Es tracta, doncs, de convertir el màrqueting en un instrument més de gestió, una tasca per a la qual cercarem la implicació necessària de Turisme de Barcelona, però també la de tots aquells operadors que emeten un relat de la ciutat i la projecten al món. Perquè, des de la legítima defensa dels interessos de cadascú, estic convençut que compartim alguns objectius comuns pels quals podem trobar marges d'acció coordinada que reverteixin en benefici de tots i, sobretot, de la nostra ciutat.



### Ciutats pendents de Barcelona

L'aposta del govern de Barcelona per aquest abordatge que recull el Pla Estratègic, per aquesta transició del màrqueting al *management* que també estan fent altres destinacions, ha suscitat l'interès de diverses ciutats que, amb casuístiques similars, exploren estratègies per fer front al repte de la massificació turística. Ho hem percebut així en cadascuna de les ocasions en què hem participat en fóruns internacionals, el darrer amb motiu de la fira ITB a Berlín, on representants tant institucionals com d'operadors d'arreu d'Europa han manifestat la voluntat de conèixer l'experiència de Barcelona.

Un dels elements que ha generat més interès és la posada en marxa del Consell de Turisme i Ciutat, una experiència pionera de deliberació col·lectiva en matèria de política turística, on tenen representació tots els agents implicats, des del sector empresarial a les entitats veïnals. Un espai de rendiment de comptes per als qui tenim la responsabilitat sobre la gestió, però també un espai de posada en comú de nous reptes i de construcció participada de les estratègies a impulsar en el futur. És en aquest espai on mantindrem obert el diàleg sobre el desplegament del Pla Estratègic, per tal que aquest full de ruta de la política turística per als propers anys ho sigui de la ciutat, i no de l'Ajuntament de Barcelona. ■

**Agustí Colom**

*Regidor d'Empresa i Turisme. Ajuntament de Barcelona*