



Mesura de Govern

Estratègia Territorial de Gestió Turística - ETGT

Maig del 2018

Direcció de Turisme

Gerència de Turisme, Comerç i Mercats

Índex

1.	Introducció, objectius i metodologia.....	6
1.1.	Objectius	7
1.2.	Temàtiques	9
1.3.	Metodologia	10
1.4.	Estructura del document.....	12
2.	ETGT. Escala Districte.	13
2.1.	Ciutat Vella.....	14
A.	La gestió de Ciutat Vella com un Espai de Gran Afluència (EGA).	15
B.	El coneixement sobre l'activitat turística al districte.	15
C.	La preservació del comerç de proximitat i dels mercats del districte.....	15
D.	La transformació integral de La Rambla com a eix de referència pels barcelonins i barcelonines.....	15
E.	El treball digne com a indicador bàsic del turisme sostenible de Ciutat Vella.	15
F.	La prevenció, el control i la mitigació com eines bàsiques per garantir l'equilibri d'usos al districte.....	16
G.	La recuperació i posada en valor de la memòria històrica del districte.....	16
2.2.	Eixample.....	17
A.	Estratègia de Gestió Integrada dels entorns de Sagrada Família com a Espai de Gran Afluència.....	18
B.	La millora de les condicions laborals del sector turístic del districte.....	18
C.	La regulació i inspecció de l'activitat turística al districte.	18
D.	La creació d'una oferta cultural alternativa a les principals icones turístiques de l'Eixample.....	18
E.	L'impuls d'eines de prevenció davant de la transformació del territori per l'augment de les visites turístiques.	19
2.3.	Sants - Montjuïc.....	20
A.	La recuperació de la Muntanya de Montjuïc com a gran pulmó de ciutat de Barcelona.....	21
B.	Polítiques actives en el marc de l'allotjament turístic.....	21
C.	La dinamització socioeconòmica i recuperació veïnal del Paral·lel.	21
D.	El coneixement de l'activitat turística a Sants – Montjuïc.....	21
E.	L'aposta de Sants – Montjuïc pel turisme sostenible i inclusiu.	22

F. La recuperació de la memòria històrica dels barris.	22
G. La promoció de la responsabilitat social del sector turístic i la creació de sinèrgies positives amb altres sectors i activitats econòmiques.	22
2.4. Les Corts	23
A. La gestió integral de Collserola.	24
B. La coordinació metropolitana en el desenvolupament de projectes en l'àmbit de la gestió turística.	24
C. Les Corts, com a districte de referència en turisme inclusiu i responsable.	24
D. El Camp Nou com a palanca de dinamització socioeconòmica.	24
E. La recuperació, posada en valor i difusió dels actius i esdeveniments del districte.	25
F. La memòria històrica i el passat industrial de Les Corts.	25
G. La vinculació del sector turístic amb el desenvolupament d'altres sectors i activitats econòmiques.	25
2.5. Sarrià – Sant Gervasi	26
A. La gestió del Tibidabo des d'una perspectiva integral i de ciutat, i molt especialment de la mobilitat que genera.	27
B. La gestió de Collserola de forma integrada i transversal.	27
C. Consolidació i difusió de les rutes i dels Punts d'Interès de Ciutat (PIC'S) de Sarrià – Sant Gervasi.	27
D. Sarrià – Sant Gervasi com el districte de la ciència i la tecnologia de Barcelona.	27
E. La creació de sinèrgies positives entre els sectors de l'educació i la sanitat amb el turisme.	28
F. El turisme com a motor per a la dinamització comercial de Sarrià – Sant Gervasi.	28
G. La memòria col·lectiva, el patrimoni intangible i la cultura de Sarrià – Sant Gervasi.	28
2.6. Gràcia	29
A. La gestió dels impactes produïts pels visitants del Park Güell.	30
B. El manteniment de la cultura i tradició popular de Gràcia com a element d'identitat territorial.	30
C. El coneixement de l'activitat turística a Gràcia	30
D. La regulació de l'activitat turística a Gràcia.	30
E. La descentralització interna d'esdeveniments i de cultura popular de Gràcia.	31

F. La previsió, regulació i seguiment dels impactes produïts per l'apertura de Casa Vicens.....	31
G. La creació de vincles positius entre el turisme i el comerç de proximitat de Gràcia.....	31
H. La creació, millora i posada en valor dels espais verds de Gràcia.....	32
I. La recuperació de la memòria històrica i oral de Gràcia.....	32
J. L'aposta pel turisme inclusiu.....	32
K. La vinculació del turisme amb les iniciatives d'economia social i solidària sorgides a Gràcia.....	32
2.7. Horta - Guinardó.....	33
A. La gestió del Turó de la Rovira des d'una òptica de ciutat.....	34
B. El desenvolupament d'eines de seguiment de l'avaluació de l'impacte davant el possible creixement turístic d'Horta – Guinardó.....	34
C. L'apertura, dinamització i gaudi veïnal de Sant Pau.....	34
D. La gestió integral i supramunicipal de Collserola.....	34
E. L'extensió i enfortiment dels serveis associats als visitants del districte....	35
F. La potenciació de la relació d'Horta – Guinardó amb Collserola.....	35
G. L'art urbà d'Horta – Guinardó.....	35
H. La difusió del patrimoni tangible i intangible d'Horta – Guinardó i la seva vinculació a projectes educatius.....	35
2.8. Nou Barris.....	36
A. La gestió integral de Collserola des d'una òptica de ciutat.....	37
B. La recuperació, preservació i posada en valor del patrimoni cultural i la memòria històrica del districte.....	37
C. L'entorn natural i ambiental de Nou Barris.....	37
D. Unes condicions laborals dignes en el sector turístic.....	37
E. La creació d'esdeveniments com a mecanisme de desenvolupament econòmic local.....	37
F. El teixit associatiu comercial i de restauració per a la dinamització econòmica de Nou Barris.....	38
G. La construcció d'un nou relat de Nou Barris i la seva difusió interna i externa.....	38
2.9. Sant Andreu.....	39
A. Polítiques actives en el marc dels allotjaments turístics.....	40
B. La mirada al riu Besòs des de Sant Andreu, però dins d'un marc de ciutat i de metròpoli.....	40

C. La recuperació i posada en valor del Rec Comtal i les cases de l'aigua.	40
D. La memòria històrica i obrera de Sant Andreu.	40
E. La Sagrera, eix cultural i motor econòmic.	41
F. Sant Andreu, districte de referència de la cultura popular.	41
G. El Camí del Rec Comtal i el Parc de la Trinitat Vella.	41
H. Un turisme sostenible i inclusiu.	41
2.10. Sant Martí.	42
A. La gestió del litoral de Sant Martí com un Espai de Gran Afluència (EGA) des de la perspectiva de ciutat.	43
B. Polítiques actives en el marc dels allotjaments turístics.	43
C. Sant Martí, districte de cultura, art i creativitat.	43
D. La promoció del retorn social i territorial de l'activitat turística.	44
E. La memòria històrica i el patrimoni industrial de Sant Martí.	44
F. L'enfortiment de la dimensió local del 22@.	44
G. La sostenibilitat i dinamització cultural del verd del districte.	45
3. ETGT. Escala Ciutat.	46
3.1. Governança interna i coordinació externa.	46
3.2. Espais de Gran Afluència (EGA)	47
3.3. Polítiques Sectorials.	48
3.4. Coneixement i Dades.	49
3.5. Màrqueting turístic i Comunicació.	49
3.6. Esdeveniments.	50
4. ETGT. Escala Metropolitana.	51
4.1. Governança interna i coordinació externa.	52
4.2. Polítiques sectorials.	52
4.3. Màrqueting turístic i comunicació.	52
4. Conclusions.	53

1. INTRODUCCIÓ, OBJECTIUS I METODOLOGIA.

Es presenta a continuació la Mesura de Govern “**Estratègia Territorial de Gestió Turística**” (ETGT), que té com a objectiu principal garantir el retorn social de l’activitat turística a través de diferents mecanismes i segons les diferents escales i necessitats del territori.

El turisme és un dels fenòmens constitutius de la ciutat actual, generant oportunitats i reptes. A fi de garantir una gestió de Barcelona com a ciutat turística, s’estan desplegant diverses estratègies i instruments en el marc del vigent **Pla Estratègic de Turisme 2020** (PET20). Qüestions com la generació i divulgació de coneixement, la dotació d’espais col·lectius per la participació i deliberació, l’estratègia de màrqueting turístic, les campanyes de comunicació, els programes de desenvolupament econòmic o la regulació sectorial d’activitats – allotjament, mobilitat, activitats en via pública -; esdevenen totes elles peces fonamentals per garantir la sostenibilitat de la destinació. Si tenim en compte que l’activitat turística no és una activitat ubiqua sinó que esdevé en un espai concret, la present estratègia pretén esdevenir un instrument de gestió clau per a afavorir la millor relació possible entre l’activitat turística i el territori que l’acull.

L’ETGT constitueix també la materialització territorial dels criteris de la gestió turística que emana del **Pla Estratègic de Turisme 2020** (PET20):

- La **sostenibilitat** de les polítiques, programes, activitats econòmiques i relacions entre agents per tal de garantir el benestar futur de la destinació sense comprometre els recursos bàsics del territori i la població resident i visitant.
- La **responsabilitat**, fomentant un marc ètic d’acció individual i col·lectiva que es compromet a minimitzar els impactes ambientals i socials i a garantir que l’activitat econòmica no es produeixi en detriment dels drets fonamentals de la població resident i visitant.
- La **redistribució**, garantint que els mecanismes públics i privats assegurin un repartiment equitatiu de la riquesa generada a partir de l’activitat turística.
- La **cohesió**, enfortint els vincles de les activitats turístiques amb els agents i la població del territori per endegar projectes col·lectius que vetllin per la ciutat en la seva complexitat com a espai comú tenint en compte la pluralitat de veus i necessitats.

- La **innovació**, impulsant noves formes de gestió i organització econòmica i social que generin valor compartit i que ajudin a multiplicar i enfortir els lligams entre agents econòmics, socials i culturals per al benefici mutu.

1.1. OBJECTIUS

1. Garantir el retorn social del turisme al territori

Per tal d'emmarcar el concepte del retorn social, es proposen tres elements que estructurin les actuacions a les diverses escales.

a. Potenciar l'efecte multiplicador amb les activitats del territori

Crear els marcs adequats per tal que l'activitat turística suposi una oportunitat per multiplicar el valor de les activitats socials i econòmiques del territori a través del consum i la demanda dels visitants però també a través de la pròpia activitat econòmica generada per la presència d'empreses de serveis.

b. Posar en valor actius del territori

Per una banda, donar a conèixer als visitants – turistes, metropolitans o residents – els atractius culturals, patrimonials, comercials o esdeveniments del territori a través de mecanismes de comunicació i divulgació. Per altra banda, adequar, potenciar i promoure la creació de nous actius amb base territorial.

c. Mitigar els efectes negatius a fi de garantir la qualitat de vida dels residents.

L'ús turístic intensiu d'algunes parts del territori de la ciutat genera indubtables impactes negatius. Aquesta realitat requereix, per una banda, mesures de contenció i mitigació directa a través d'instruments de regulació i ordenació. Per altra banda, per tal d'evitar l'especialització funcional de certes zones de la ciutat i a fi de garantir-ne un equilibri just, cal prioritzar, fomentar, incentivar activament altres usos i altres activitats adreçades a residents.

2. Promoure una gestió integrada

Integrar la gestió de les activitats turístiques en el territori és un objectiu fonamental per tal de garantir l'eficiència i viabilitat de les diferents polítiques sectorials i territorials. En primer lloc, obrint el ventall de possibilitats de les línies i propostes de gestió més enllà de l'esfera de la promoció. En segon lloc, vetllant per garantir la coherència de la translació de les polítiques sectorials existents - allotjament, mobilitat, seguretat, comerç, etc. - entre els diferents territoris i escales. En tercer lloc, coordinant territorialment instruments i mecanismes que responguin a reptes compartits en el territori i optimitzant els recursos per la seva implementació. En quart lloc, fomentant la cooperació públic – privada – comunitària i assolir projectes i polítiques en el marc del turisme de manera plural, transversal, consensuada i compartida.

3. Construir estratègies diferenciades des del territori

El turisme es distribueix de manera desigual pel territori de Barcelona i genera reptes i oportunitats també diferenciats. Així doncs, lluny de pretendre fixar una agenda única per tot el territori, es reforça la voluntat de construir estratègies de forma diferenciada segons les característiques, necessitats, i possibilitats de cadascun dels territoris, aprofitant els recursos propis i potenciant les sinergies entre els agents segons el context. No es presenta aquí una estratègia de descentralització del turisme per tota la ciutat a través dels atributs dels districtes i barris sinó que es focalitza en aquells actius propis del territori no susceptibles a patir externalitats negatives fruit de la seva posada en valor, prioritzant l'agenda d'activitats, projectes temporals així com itineraris específics lligats al patrimoni tangible o intangible que permeten segmentar el públic i la comunicació.

1.2. TEMÀTIQUES

En línia amb els objectius, l'ETGT construeix un **programa d'actuacions** al voltant d'un conjunt de **temàtiques** segons les diferents escales territorials:

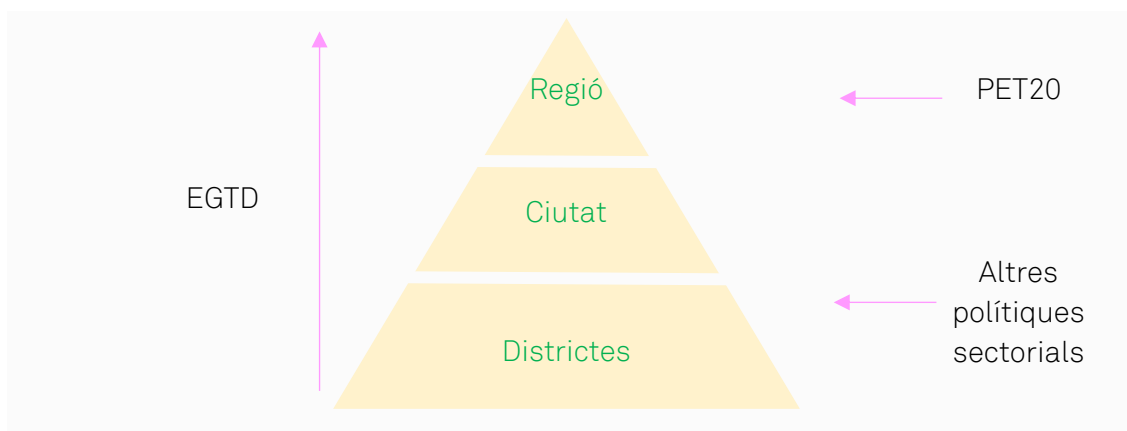
Temàtiques ETGT	
DISTRICTE	
Gestió integrada d'espais de visita	Espais de Gran Afluència; equilibri urbà.
Coneixement i estudis	Obtenció dades; estudis concrets.
Desenvolupament econòmic	Treball, condicions laborals i RSC; dinamització comercial; coordinació intersectorial; augment de l'impacte econòmic al territori d'espais turístics; economia social i solidària.
Esdeveniments	Creació o potenciació d'esdeveniments; descentralització d'esdeveniments.
Foment del turisme responsable	Sostenibilitat ambiental; turisme inclusiu i accessible.
Governança	Òrgan de governança; coordinació interadministrativa i intersectorial.
Memòria històrica, cultura i patrimoni	Memòria històrica; cultura; patrimoni tangible i intangible.
Regulació i gestió de l'activitat turística	Allotjament; mobilitat; inspecció d'activitats turístiques; plans d'usos.
Comunicació i participació	Difusió d'actius territorials; projectes participatius.
CIUTAT	
Governança interna i coordinació externa	
Espais de Gran Afluència	
Polítiques sectorials	
Coneixement i dades	
Màrqueting turístic i comunicació	
Esdeveniments	
REGIÓ	
Governança interna i coordinació externa	
Polítiques sectorials	
Coneixement i dades	
Màrqueting turístic i comunicació	

1.3. METODOLOGIA

L'elaboració de l'ETGT ha estat desenvolupada de forma compartida entre la Direcció de Turisme i els responsables polítics i tècnics dels deu districtes de la ciutat així com també dels responsables de les diferents àrees en joc.

Per fer-ho, en primer lloc, s'ha elaborat una avaluació dels anteriors plans de turisme als districtes. En segon lloc, els districtes han recopilat les qüestions específiques del PAD així com aquelles demandes sorgides en altres espais participatius del districte: plenaris, audiències, consells de barri, consells sectorials, etc. En tercer lloc, s'han considerat els diferents plans sectorials – turístic o no – per fer-los concurrents amb les línies estratègiques sorgides des dels districtes. Finalment s'han definit línies estratègiques i mesures d'actuació per desenvolupar-se a curt, mig i llarg termini. La Direcció de Turisme ha acompanyat els districtes per tal de coordinar i alinear els diferents actors implicats i per alinear les estratègies amb els principis i directrius del PET20.

Gràfic 1. Metodologia de construcció de l'ETGT.

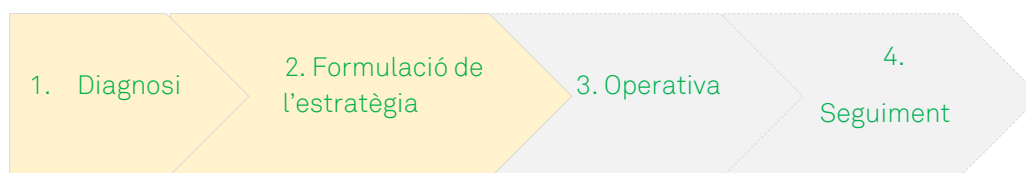


D'acord a aquesta metodologia, l'ETGT és resultat de **4 sessions prèvies** de treball:

	Sessió 0	Sessió 1	Sessió 2	Sessió 3
Període	22 / 05 / 2017	juny i juliol 2017	setembre, octubre i novembre 2017	29 / 11 / 2017
Tipologia	Conjunta per a tots els districtes	Una per districte	Una per districte	Conjunta per a tots els districtes
Objectiu	Presentació de la metodologia i procés a seguir per la construcció de l'ETGT	Formulació de l'ETGT pels propers 4 anys (2+2)	Validació i concreció de l'ETGT	Presentació de l'ETGT i construcció de l'Estratègia per la gestió turística del territori
Convocats	Consellers tècnics i consellers de turisme.	Consellers tècnics i consellers de turisme.	Consellers tècnics i consellers de turisme.	Consellers tècnics i consellers de turisme.
	Gerents, directors SPIt i tècnics de turisme.	Gerents, directors SPIt i tècnics de turisme.	Gerents, directors SPIt i tècnics de turisme.	Gerents, directors SPIt i tècnics de turisme.
	Altres considerats pel districte	Altres considerats pel districte	Altres considerats pel districte	Altres considerats pel districte

A nivell intern, per a l'elaboració del document, l'estructura metodològica que segueix el procés de definició i implantació de l'ETGT és el següent:

Gràfic 2. Procés d'elaboració de l'ETGT.



- Pla Estratègic de Turisme 2010 – 2015;
- Projectes executats a cada districte (IEET);
- PAD - Plans d'Actuació al Districte
- PDE - Plans de Desenvolupament Econòmic;
- Plans de Turisme de Districte 2015

Definició de línies estratègiques i mesures amb els districtes

Implantació i execució de mesures.

Seguiment i avaluació de les mesures implementades

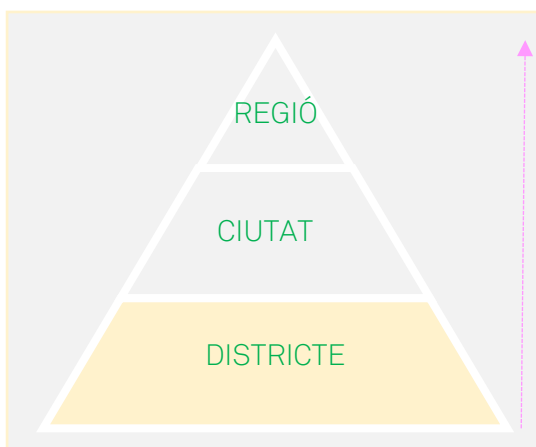
La construcció de les ETGT de baix a dalt ha permès copsar les realitats internes de cada un dels districtes, alhora d'identificar aquells elements que per la seva magnitud o característiques requereixen d'un àmbit de gestió més ampli associat a competències transversals que s'haurien d'entomar des d'una perspectiva de ciutat o inclús regió, sempre amb l'objectiu últim de garantir el retorn social de l'activitat turística en el territori. Ens referim concretament a reptes de difícil actuació en tant a que depassen les competències dels districtes, afecten a diferents territoris, constitueixen icones de ressò internacional amb gran afluència de població o bé intervenen diversos agents i àrees municipals en la seva gestió, comportant un escàs poder decisiu en la seva esfera competencial.

1.4. ESTRUCTURA DEL DOCUMENT

En conseqüència, l'estructura del document reflecteix aquesta gestió integral:

- (1) Introducció.
- (2) Estratègia Territorial de Gestió Turística. Escala districtes. Full de ruta per garantir el retorn social de l'activitat turística als districtes amb horitzó 2020 i estructurat en línies estratègiques i mesures de cada un dels districtes a nivell de **ciutat** (actuacions que s'han d'entomar sota una coordinació estreta ciutat – districte) i de **districte** (coincidint amb les mesures d'execució del propi districte).
- (3) Estratègia Territorial de Gestió Turística. Escala ciutat. Reptes i temàtiques que s'han d'entomar des d'un marc de planificació de ciutat i que han estat identificats a través de les demandes dels propis districtes. Aquestes actuacions hauran de servir per orientar algunes de les prioritats en l'agenda de gestió turística de Barcelona des d'una perspectiva territorial.
- (4) Estratègia Territorial de Gestió Turística. Escala metropolitana. Reptes i temàtiques que s'han d'entomar des d'un marc de planificació regional i que han estat identificats a través de les demandes dels propis districtes. Aquestes actuacions hauran de servir per orientar algunes de les prioritats en l'agenda de gestió turística metropolitana des d'una perspectiva territorial.
- (5) Conclusions.

2. ETGT. ESCALA DISTRICTE.



El primer nivell d'actuació i base de l'Estratègia Territorial de Gestió Turística són els districtes com el primer nivell de l'estructura política- administrativa de la ciutat i com a òrgans de decisió i gestió econòmica amb ple coneixement de les diferents realitats socio-econòmiques i territorials que conformen Barcelona, i que es reflecteixen també en la presència de turisme i posicionament futur dels territoris envers el fenomen.

Tenint en compte que l'objectiu principal de l'ETGT passa per garantir el retorn social del turisme en tots els territoris, independentment de les seves característiques actuals o desitjades envers l'activitat, cadascun dels districtes ha definit el seu full de ruta a executar amb horitzó 2020, alineat amb les directius i principis del PET20

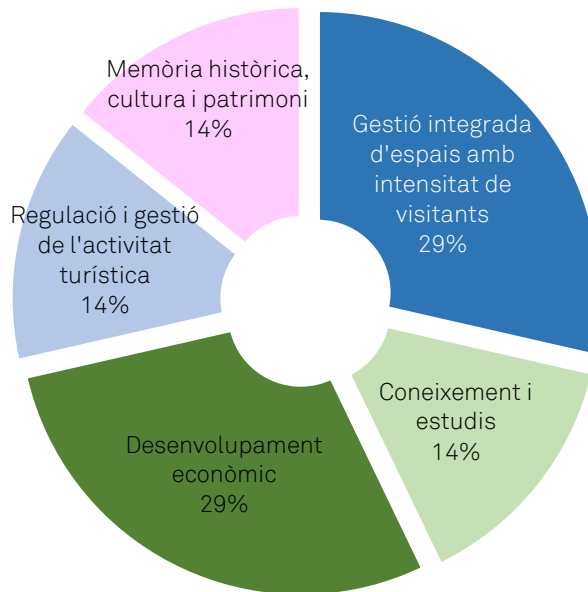
Aquest full de ruta s'estructura en línies estratègiques i mesures d'acord a dos nivells d'execució diferenciats. Per una banda, aquelles actuacions que requereixen d'una coordinació estreta entre la ciutat i el propi districte - mesures que excedeixen de les seves competències o els seus límits administratius, afecten a diferents territoris, constitueixen icones de ressò internacional amb una gran afluència de visitants o bé, intervenen diferents àrees municipals o actors amb interessos contraposats - i d'altres, l'execució de les quals, s'associa a la pròpia operativa del districte. Els capítols següents **3. ETGT. Escala Ciutat** i **4.ETGT. Escala Metropolitana**, permetran aprofundir en els àmbits comuns que s'han d'entomar des d'un àmbit territorial superior per tal de donar resposta a les demandes dels districtes.

2.1. CIUTAT VELLA

- A. La gestió de Ciutat Vella com un Espai de Gran Afluència (EGA).
- B. El coneixement sobre l'activitat turística.
- C. La preservació del comerç de proximitat i dels mercats.
- D. La transformació integral de la Rambla com a eix de referència pels barcelonins i barcelonines.
- E. El treball digne com a indicador bàsic del turisme sostenible de Ciutat Vella.
- F. La prevenció, el control i la mitigació com eines bàsiques per garantir l'equilibri d'usos al districte.
- G. La recuperació i posada en valor de la memòria històrica del districte.

7 línies estratègiques

20 mesures, estructurades en:



Gràfic 3. Ciutat Vella – Línies Estratègiques.

CIUTAT

A. La gestió de Ciutat Vella com un Espai de Gran Afluència (EGA).

- A.1. Adequació dels serveis i recursos a la població flotant del districte.
- A.2. Integració de la dimensió turística com un eix transversal en el disseny d'actuacions públiques a Ciutat Vella.
- A.3. Espai de codecisió intersectorial per a la gestió turística del districte.
- A.4. Reducció del nombre d'esdeveniments de ciutat celebrats a Ciutat Vella.
- A.5. Regulació de l'exercici de guiatge a la via pública de Ciutat Vella.
- A.6. Regulació dels vehicles de mobilitat personal (VMP).

CIUTAT

B. El coneixement sobre l'activitat turística al districte.

- B.1. Quantificació i caracterització de la població flotant de Ciutat Vella.
- B.2. Obtenció de dades sobre el turisme a Ciutat Vella.

CIUTAT

C. La preservació del comerç de proximitat i dels mercats del districte.

- C.1. Creació d'una xarxa d'intercanvi entre comerciants i operadors turístics i formació i difusió sobre els beneficis del treball conjunt.
- C.2. Regulació sobre la concessió de llicències per a les botigues de souvenirs.
- C.3. Baixos de Protecció Oficial.

CIUTAT

D. La transformació integral de La Rambla com a eix de referència pels barcelonins i barcelonines.

- D.1. Intervenció integral per recuperar la Rambla per al veïnat.
- D.2. La Rambla com a espai de debat sobre el turisme.

CIUTAT

E. El treball digne com a indicador bàsic del turisme sostenible de Ciutat Vella.

- E.1. Informació i assessorament personalitzat en drets laborals a treballadors i treballadores del sector turístic, d'hostaleria o d'oci nocturn.
- E.2. Estudi sobre les condicions laborals al voltant dels habitatges d'ús turístic (HUT).

E.3. Introducció dels criteris sobre qualitat laboral en el segell Biosphere per a Barcelona.

CIUTAT

F. La prevenció, el control i la mitigació com eines bàsiques per garantir l'equilibri d'usos al districte.

F.1. Pla d'Inspecció Ordinària. Accions d'informació, inspecció i sanció per garantir la normativa en relació als HUTs i a les activitats turístiques no reglades.

F.2. Pla Especial d'Establiments de Concurrència Pública i altres activitats.

F.3. Foment de la convivència i l'equilibri d'usos a l'espai públic i a les escales de veïns i veïnes.

CIUTAT

G. La recuperació i posada en valor de la memòria històrica del districte.

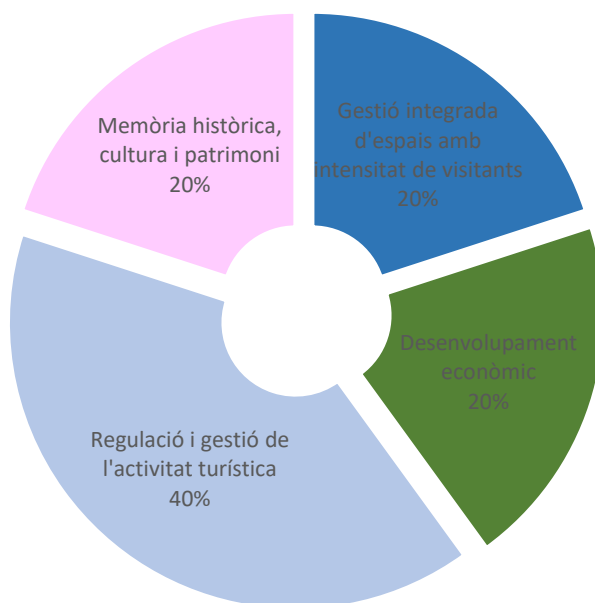
G.1. Recuperació i difusió de la memòria històrica de Ciutat Vella.

2.2. EIXAMPLE

- A. Estratègia de Gestió Integrada dels entorns de Sagrada Família com a Espai de Gran Afluència.
- B. La millora de les condicions laborals del sector turístic del districte.
- C. La regulació i inspecció de l'activitat turística al districte.
- D. La creació d'una oferta cultural alternativa a les principals icones turístiques de l'Eixample.
- E. L'impuls d'eines de prevenció davant de la transformació del territori per l'augment de les visites turístiques.

5 línies estratègiques

15 mesures, estructurades en:



Gràfic 4.L'Eixample – Línies Estratègiques.

CIUTAT

A. Estratègia de Gestió Integrada dels entorns de Sagrada Família com a Espai de Gran Afluència.

- A.1. Governança de l'Estratègia de Gestió Integrada dels entorns de Sagrada Família com a Espai de Gran Afluència.
- A.2. Estudi d'efectius i recursos necessaris per a la gestió dels entorns de la Sagrada Família.
- A.3. Augment de la seguretat i/o pacificació dels vials adjacents a la Sagrada Família.
- A.4. Estratègia de mobilitat a la Sagrada Família.
- A.5. Regulació de les activitats de guiatge de grups a la via pública als entorns de la Sagrada Família.

DTE

B. La millora de les condicions laborals del sector turístic del districte.

- B.1. Espai de col·laboració i cooperació amb altres districtes amb experiència en aquest àmbit.
- B.2. Cens d'operadors i d'activitat relacionada amb el turisme i detecció, posada en valor i divulgació d'empreses amb bones pràctiques en condicions laborals.
- B.3. Foment de la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) de les empreses d'aquests sectors de la zona.
- B.4. Criteris de sostenibilitat i segell de qualitat laboral i foment de l'adhesió a la certificació Biosphere.

DTE

C. La regulació i inspecció de l'activitat turística al districte.

- C.1. Estudi sobre els efectius / recursos necessaris per a la inspecció i el control del districte.
- C.2. Millora de la regulació al voltant de la venda de souvenirs.

DTE

D. La creació d'una oferta cultural alternativa a les principals icones turístiques de l'Eixample.

- D.1. Exploració de rutes especialitzades alternatives a l'oferta predominant del districte
- D.2. Creació i difusió de petits esdeveniments.

DTE

E. L'impuls d'eines de prevenció davant de la transformació del territori per l'augment de les visites turístiques.

- E.1. Preservació dels usos quotidians i tradicionals del Mercats.
- E.2. Determinació d'àrees d'especial vulnerabilitat a la modificació d'usos i creació d'un protocol d'actuació.

2.3. SANTS - MONTJUÏC

- A. La recuperació de la Muntanya de Montjuïc com a gran pulmó de ciutat de Barcelona.
- B. Polítiques actives en el marc de l'allotjament turístic.
- C. La dinamització socioeconòmica i recuperació veïnal del Paral·lel.
- D. El coneixement de l'activitat turística a Sants – Montjuïc.
- E. L'aposta de Sants – Montjuïc pel turisme sostenible i inclusiu.
- F. La recuperació de la memòria històrica dels barris.
- G. La promoció de la responsabilitat social del sector turístic i la creació de sinèrgies positives amb altres sectors i activitats econòmiques.

7 línies estratègiques

25 mesures, estructurades en:



Gràfic 5. Sants - Montjuïc – Línies Estratègiques.

CIUTAT

A. La recuperació de la Muntanya de Montjuïc com a gran pulmó de ciutat de Barcelona.

A.1. Reactivació del Pla d'Actuació de la Muntanya de Montjuïc i de l'òrgan de governança encarregat de la seva implantació.

A.2. Àmbit de treball d'ecologia urbana dins del Pla d'Actuació de la Muntanya de Montjuïc.

A.3. Àmbit de treball de mobilitat dins del Pla d'Actuació de la Muntanya de Montjuïc.

A.4. Àmbit de treball de convivència i relació veïnal dins del Pla d'Actuació de la Muntanya de Montjuïc.

A.5. Àmbit de treball de cultura, esports, lleure i turisme dins del Pla d'Actuació de la Muntanya de Montjuïc.

CIUTAT

B. Polítiques actives en el marc de l'allotjament turístic.

B.1. Espai de treball conjunt en el marc dels allotjaments turístics amb Hospitalet de Llobregat.

B.2. Campanyes d'informació i comunicació al veïnat – turistes del districte sobre les accions impulsades en aquest àmbit.

B.3. Instruments per a la prevenció i mediació de conflictes en habitatges d'ús turístic.

DTE

C. La dinamització socioeconòmica i recuperació veïnal del Paral·lel.

C.1. Millora de la permeabilitat, l'accessibilitat i la connectivitat entre els barris del voltant del Paral·lel.

C.2. Projecte de dinamització sociocultural

C.3. Enfortiment del teixit associatiu en matèria artística, artesanal i cultural.

C.4. Cessió d'espais per a la creació cultural.

C.5. Microcirurgia urbana i reactivació d'espais amb finalitat cultural i artística.

DTE

D. El coneixement de l'activitat turística a Sants – Montjuïc.

D.1. Anàlisi de l'impacte dels creueristes en el districte.

D.2. El coneixement i la gestió de fluxos de vianants i de mobilitat, especialment en els punts amb un ús més intensiu de l'espai.

D.3. Difusió i comunicació sobre el turisme, adreçada al veïnat i les entitats socials del territori.

D.4. Quantificació i caracterització de la població flotant del districte.

DTE

E. L'aposta de Sants – Montjuïc pel turisme sostenible i inclusiu.

E.1. Creació de materials tàctils i recorreguts sonors descriptius i gran projecte de museïtzació de la Seu del Districte.

E.2. Rutes veïnals al districte.

DTE

F. La recuperació de la memòria històrica dels barris.

F.1. Mapes de recursos patrimonials històrics i senyalització amb plafons amb informació d'aquests recursos.

F.2. Edició de llibres i realització d'exposicions sobre la memòria i la història dels barris de Sants – Montjuïc.

F.3. Difusió de la memòria material i immaterial sobre la construcció i identitat dels barris de Sants – Montjuïc.

F.4. Posada en valor del patrimoni històric de Can Batlló i la seva relació amb el barri de la Bordeta.

DTE

G. La promoció de la responsabilitat social del sector turístic i la creació de sinèrgies positives amb altres sectors i activitats econòmiques.

G.1. Consolidació i expansió de la taula del sector turístic.

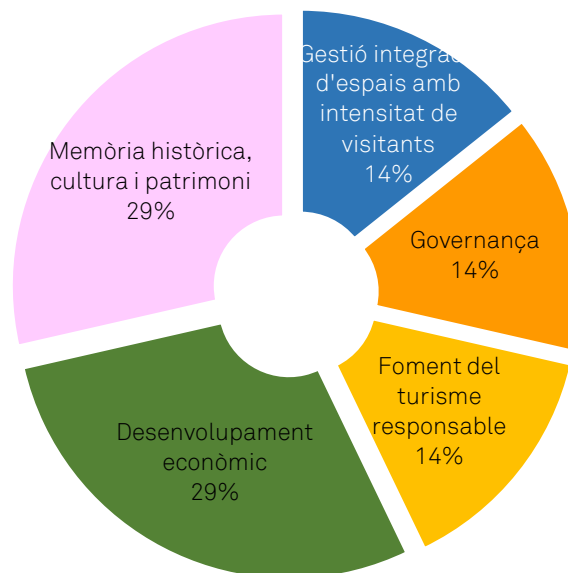
G.2. Impuls d'actuacions conjuntes entre l'Administració i el sector turístic.

2.4. LES CORTS

- A. La gestió integral de Collserola.
- B. La coordinació metropolitana en el desenvolupament de projectes en l'àmbit de la gestió turística.
- C. Les Corts, com a districte de referència en turisme inclusiu i responsable.
- D. El Camp Nou com a palanca de dinamització socioeconòmica.
- E. La recuperació, posada en valor i difusió dels actius i esdeveniments del districte.
- F. La memòria històrica i el passat industrial de Les Corts.
- G. La vinculació del sector turístic amb el desenvolupament d'altres sectors i activitats econòmiques.

7 línies estratègiques

28 mesures, estructurades en:



Gràfic 6. Les Corts – Línies Estratègiques.

CIUTAT

A. La gestió integral de Collserola.

- A.1. Integració del districte als espais de decisió del PEPNat.
- A.2. Coordinació de projectes amb la resta de districtes de muntanya.
- A.3. Projecte del Mirador del Barri de la Mercè.

CIUTAT

B. La coordinació metropolitana en el desenvolupament de projectes en l'àmbit de la gestió turística.

- B.1. Creació, revisió i difusió de rutes supramunicipals.
- B.2. Coordinació metropolitana com a eina de revitalització socio-econòmica supramunicipal.

DTE

C. Les Corts, com a districte de referència en turisme inclusiu i responsable.

- C.1. Prova pilot: introducció de criteris sobre turisme inclusiu a Les Corts en el segell Biosphere per a Barcelona.
- C.2. Creació d'un grup de treball del sector turístic dins de l'espai d'Inclusió del districte.
- C.3. Investigació i recerca sobre la millora de l'accessibilitat als establiments turístics i comercials del districte de les persones amb discapacitat intel·lectual.
- C.4. Creació i revisió de rutes inclusives.
- C.5. Comunicació i difusió sobre el turisme inclusiu a Les Corts.
- C.6. Espais d'interlocució amb altres districtes o espais interessats en desenvolupar actuacions de turisme inclusiu.

DTE

D. El Camp Nou com a palanca de dinamització socioeconòmica.

- D.1. Augment de l'espai públic i l'apertura veïnal del Camp Nou.
- D.2. Pla d'Acció per a la promoció econòmica i turística a l'entorn de les instal·lacions del Futbol Club Barcelona.
- D.3. Obtenció de dades i coneixement de fluxos dels visitants del Camp Nou.
- D.4. Obtenció de dades i coneixement sobre la població flotant diària al voltant del Camp Nou.

D.5. Difusió i comunicació sobre l'oferta de serveis i activitats del districte als visitants del Camp Nou.

D.6. Taula de Treball amb veïns dels entorns del Camp Nou.

DTE

E. La recuperació, posada en valor i difusió dels actius i esdeveniments del districte.

E.1. Rehabilitació patrimonial.

E.2. Creació i difusió de rutes sobre els atractius patrimonials i culturals de Les Corts.

E.3. Estratègia de comunicació sobre els esdeveniments realitzats al districte.

E.4. Ruta Verda de Les Corts.

E.5. Ruta esportiva de Sarrià a Les Corts per Collserola.

DTE

F. La memòria històrica i el passat industrial de Les Corts.

F.1. Recuperació i difusió del Passatge Piera a la Colònia Castells, en el marc del procés participatiu de disseny de la zona verda recuperada amb el planejament.

F.2. Identificació, comunicació i apropament veïnal al patrimoni industrial del districte.

F.3. Espai de treball per a la memòria històrica i obrera

F.4. Difusió de les rutes vinculades a la memòria històrica i el passat industrial de Les Corts.

DTE

G. La vinculació del sector turístic amb el desenvolupament d'altres sectors i activitats econòmiques.

G.1. Dinamització dels eixos comercials.

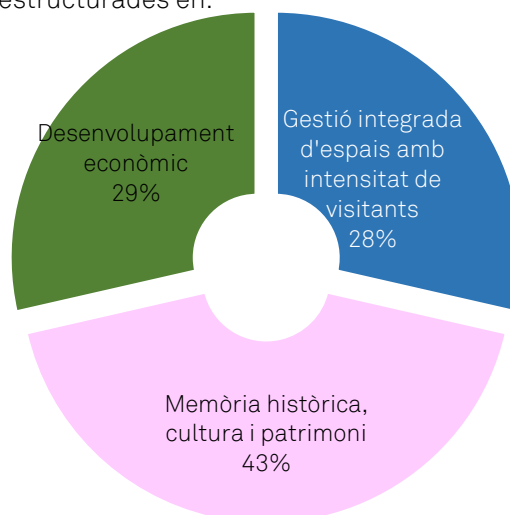
G.2. Enfortiment del relat sobre el "Turisme científic" del districte.

2.5. SARRIÀ – SANT GERVASI

- A. La gestió del Tibidabo des d'una perspectiva integral i de ciutat, i molt especialment de la mobilitat que genera.
- B. La gestió de Collserola de forma integrada i transversal.
- C. Consolidació i difusió de les rutes i dels Punts d'Interès de Ciutat (PICs) de Sarrià – Sant Gervasi.
- D. Sarrià – Sant Gervasi com el districte de la ciència i la tecnologia de Barcelona.
- E. La creació de sinèrgies positives entre els sectors de l'educació i la sanitat amb el turisme.
- F. El turisme com a motor per a la dinamització comercial de Sarrià – Sant Gervasi.
- G. La memòria col·lectiva, el patrimoni intangible i la cultura de Sarrià – Sant Gervasi.

7 línies estratègiques

23 mesures, estructurades en:



Gràfic 7. Sarrià - Sant Gervasi - Línies estratègiques.

CIUTAT

A. La gestió del Tibidabo des d'una perspectiva integral i de ciutat, i molt especialment de la mobilitat que genera.

- A.1. Coneixement i regulació de fluxos d'accés al parc d'atraccions i els seus entorns.
- A.2. Gestió de la mobilitat del Tibidabo i el seus entorns.
- A.3. Creació d'un espai de codecisió constituït pels principals agents de la Muntanya del Tibidabo i els seus entorns.
- A.4. Estratègia de comunicació sobre els modes de transport i la mobilitat recomanada per accedir al Tibidabo.

CIUTAT

B. La gestió de Collserola de forma integrada i transversal.

- B.1. Integració del districte en els espais de decisió del Pla Especial del Parc Natural (PEPNat).
- B.2. Projectes compartits amb altres districtes de muntanya.
- B.3. Potenciació dels actius de Collserola en el seu pas per Sarrià – Sant Gervasi.

DTE

C. Consolidació i difusió de les rutes i dels Punts d'Interès de Ciutat (PIC'S) de Sarrià – Sant Gervasi.

- C.1. Itineraris i rutes dels parcs i el verd del districte.
- C.2. Campanya de comunicació per a la difusió de les rutes de Sarrià – Sant Gervasi, especialment adreçada als veïns i visitants de Barcelona o de la RMB.
- C.3. Exploració de noves rutes turístiques al voltant de la gastronomia i les compres del districte.
- C.4. Rutes turístiques i Punts d'Interès de Ciutat accessibles i inclusius.
- C.5. Creació de materials didàctics a partir dels PIC's adreçats a escoles del districte.

DTE

D. Sarrià – Sant Gervasi com el districte de la ciència i la tecnologia de Barcelona.

- D.1. Revisió i potenciació de les rutes associades a la ciència i tecnologia del districte.
- D.2. Col·laboració intersectorial per a la creació d'activitats científiques i tecnològiques.

D.3. Estudi entorn l'apertura i potenciació del Dipòsit Rei Martí.

DTE

E. La creació de sinèrgies positives entre els sectors de l'educació i la sanitat amb el turisme.

E.1. Espais d'interlocució: Administració – operadors turístics – centres acadèmics i sanitaris.

E.2. Materials de comunicació sobre serveis i recursos del districte per a la seva difusió per part dels operadors turístics.

E.3. Cooperació amb altres districtes treballant en aquesta línia.

E.4. Valoració sobre la recuperació del projecte “Welcome” per la comunitat educativa de nou ingrés

DTE

F. El turisme com a motor per a la dinamització comercial de Sarrià – Sant Gervasi.

F.1. Posada en valor i dinamització del comerç local i emblemàtic de Sarrià – Sant Gervasi, difonent-lo i comunicant-lo als visitants del districte.

F.2. Incorporació dels comerços de Sarrià – Sant Gervasi a l'APP del districte.

DTE

G. La memòria col·lectiva, el patrimoni intangible i la cultura de Sarrià – Sant Gervasi.

G.1. Recuperació de la memòria històrica del districte.

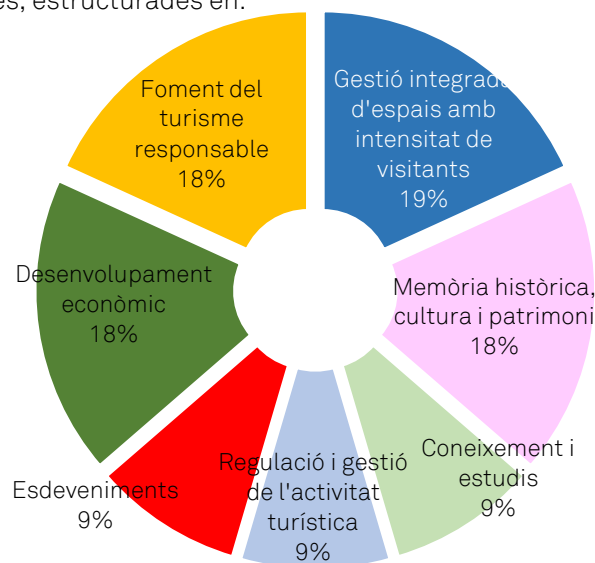
G.2. Construcció i difusió del “relat dels barris” de Sarrià – Sant Gervasi a partir de la seva memòria compartida.

2.6. GRÀCIA

- A. La gestió dels impactes produïts pels visitants del Park Güell.
- B. El manteniment de la cultura i tradició popular de Gràcia com a element d'identitat territorial.
- C. El coneixement de l'activitat turística a Gràcia.
- D. La regulació de l'activitat turística de Gràcia.
- E. La descentralització interna d'esdeveniments i de la cultura popular gracienc.
- F. La previsió, regulació i seguiment dels impactes produïts per l'apertura de Casa Vicens.
- G. La creació de vincles positius entre el turisme i el comerç de proximitat de Gràcia.
- H. La creació, millora i posada en valor dels espais verds de Gràcia.
- I. La recuperació de la memòria històrica i oral de Gràcia.
- J. L'aposta pel turisme inclusiu.
- K. La vinculació del turisme amb les iniciatives de l'economia social i solidària sorgides a Gràcia.

11 línies estratègiques

40 mesures, estructurades en:



Gràfic 8. Gràcia - Línies Estratègiques.

CIUTAT

A. La gestió dels impactes produïts pels visitants del Park Güell.

- A.1. Coordinar a tots els actors amb implicació en el Park Güell dins de l'Estratègia del Park Güell.
- A.2. Propostes d'actuació en base a l'Estratègia del Park Güell.

CIUTAT

B. El manteniment de la cultura i tradició popular de Gràcia com a element d'identitat territorial.

- B.1. Bones pràctiques sobre la conducta dels visitants en festes vinculades a la cultura popular de Gràcia.
- B.2. Estratègia de comunicació consensuada sobre les festivitats del districte.

DTE

C. El coneixement de l'activitat turística a Gràcia .

- C.1. Quantificació i caracterització de la població flotant de Gràcia.
- C.2. Estudi sobre els usos turístics dels mercats de Gràcia.
- C.3. Estudi diagnòstic sobre la motivació i l'impacte dels visitants a Gràcia en dos àmbits: Festa Major de Gràcia i Places de Gràcia.

DTE

D. La regulació de l'activitat turística a Gràcia.

- D.1. Pla d'Usos per a la regulació d'establiments de concurrència pública a Gràcia.
- D.2. Campanyes específiques de convivència i soroll.
- D.3. Ordenació de terrasses.
- D.4. Regulació de la circulació de vehicles de mobilitat personal (VMP) adaptada al districte i els seus espais de gran afluència.
- D.5. Pla de Places per a la millora de la convivència i el bon ús de l'espai públic de Gràcia.
- D.6. Intensificació de les activitats d'inspecció, control i sanció de les normatives i ordenances vinculades a l'espai públic i l'activitat turística del districte.

DTE

E. La descentralització interna d'esdeveniments i de cultura popular de Gràcia.

- E.1. Identificació d'espais subjectes a la celebració d'esdeveniments i actes populars.
- E.2. Estudi de beneficis per a entitats i associacions que afavoreixin la descentralització interna d'esdeveniments de Gràcia.
- E.3. Estratègia de comunicació per fomentar l'accés dels veïns a les parts altes de Gràcia.
- E.4. Avaluació dels efectes de l'activitat turística i els fluxos de visitants
- E.5. Estudi sobre els programes de promoció i oferta turística existents a Gràcia per a la seva adaptació d'acord a l'estratègia territorial diferenciada i al turisme responsable i sostenible.
- E.6. Activitats que connectin diversos barris de Gràcia.

DTE

F. La previsió, regulació i seguiment dels impactes produïts per l'apertura de Casa Vicens.

- F.1. Seguiment del Pla d'Impacte Turístic de La Casa Vicens.
- F.2. Gestió dels efectes sobre el comerç local que es puguin produir a partir de l'apertura de la Casa Vicens.

DTE

G. La creació de vincles positius entre el turisme i el comerç de proximitat de Gràcia.

- G.1. Diagnòstic sobre la relació del comerç de Gràcia amb els passavolants i la població flotant del districte.
- G.2. Estratègia de comunicació i difusió sobre el comerç local i emblemàtic de Gràcia.
- G.3. Creació d'iniciatives per a la revitalització i dinamització comercial de Gràcia.
- G.4. Afavorir i reforçar les relacions entre el teixit comercial i les entitats culturals i veïnals.

DTE

H. La creació, millora i posada en valor dels espais verds de Gràcia.

- H.1. Creació i millora de la senyalització, accessibilitat i itineraris dels espais verds del districte.
- H.2. Promoció dels espais verds del districte en l'àmbit educatiu .
- H.3. Reforçar la relació del districte de Gràcia amb Collserola.

DTE

I. La recuperació de la memòria històrica i oral de Gràcia.

- I.1. Actualització i difusió de la ruta de memòria històrica de Gràcia en el marc del projecte "Memòria BCN".
- I.2. Recuperació i difusió de la memòria oral de Gràcia.
- I.3. Recuperació de la memòria històrica i cultural de Gràcia mitjançant el teixit associatiu del districte.

DTE

J. L'aposta pel turisme inclusiu.

- J.1. Extensió de les activitats inclusives dins de la Festa Major de Gràcia.
- J.2. Espai d'interlocució amb els operadors turístics per a la sensibilització sobre el turisme inclusiu.
- J.3. Revisió de les rutes i els itineraris de Gràcia per tal d'avaluar el seu grau d'accessibilitat i inclusivitat.
- J.4. Espai de treball amb Les Corts per tal de replicar projectes d'èxit sobre turisme inclusiu a Gràcia.
- J.5. Declinació del Pla de Mobilitat Accessible en el districte.
- J.6. Implementació i difusió del manual d'acollida del turisme responsable de la ciutat.

DTE

K. La vinculació del turisme amb les iniciatives d'economia social i solidària sorgides a Gràcia.

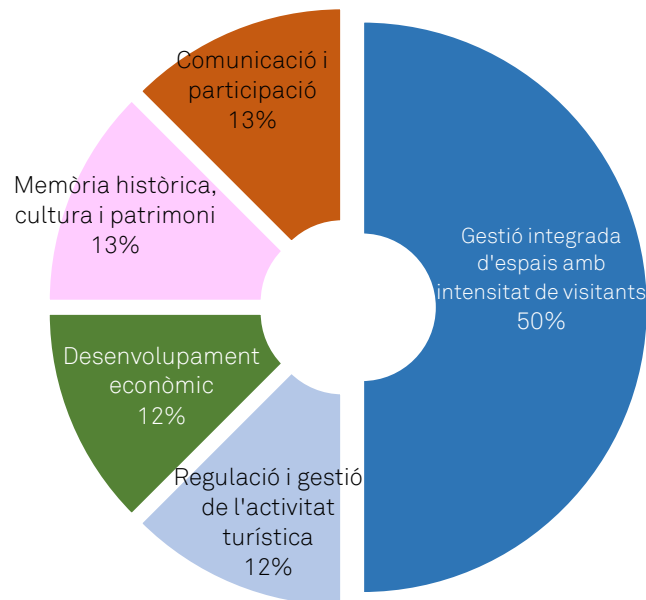
- K.1. Bones pràctiques de cooperació entre entitats socials i empreses del sector turístic.
- K.2. Potenciació de l'economia solidària i les entitats ecològiques.
- K.3. Projectes turístics participatius

2.7. HORTA - GUINARDÓ

- A. La gestió del Turó de la Rovira des d'una òptica de ciutat.
- B. El desenvolupament d'eines de seguiment de l'avaluació de l'impacte davant el possible creixement turístic d'Horta – Guinardó
- C. L'apertura, dinamització i gaudi veïnal de Sant Pau.
- D. La gestió integral i supramunicipal de Collserola.
- E. L'extensió i enfortiment dels serveis associats als visitants del districte.
- F. La potenciació de la relació d'Horta – Guinardó amb Collserola.
- G. L'art urbà d'Horta – Guinardó.
- H. La difusió del patrimoni tangible i intangible d'Horta – Guinardó i la seva vinculació a projectes educatius.

8 línies estratègiques

26 mesures, estructurades en:



Gràfic 9. Horta - Guinardó - Línies Estratègiques.

CIUTAT

A. La gestió del Turó de la Rovira des d'una òptica de ciutat.

- A.1. Creació o adhesió a espais i/o mecanismes de participació i gestió sobre el Turó de la Rovira.
- A.2. Coneixement i dades sobre els fluxos de visitants al Turó de la Rovira.
- A.3. Millora de l'accessibilitat, mobilitat i seguretat del Turó i els seus entorns.
- A.4. Convivència i equilibri d'usos al Turó de la Rovira.
- A.5. Encaix del projecte amb el Parc dels Tres Turons i el desenvolupament de la Modificació del Pla General Metropolità (MPGM).
- A.6. Replantejament de l'estratègia de difusió / comunicació del Turó de la Rovira en els canals de promoció turística.

CIUTAT

B. El desenvolupament d'eines de seguiment de l'avaluació de l'impacte davant el possible creixement turístic d'Horta – Guinardó.

- B.1. Identificació dels punts d'interès del districte i establiment de mecanismes de seguiment i control en l'afluència de visitants.
- B.2. Estudi sobre l'impacte del Park Güell (en relació a les modificacions en l'àmbit de la mobilitat) al districte d'Horta – Guinardó.

CIUTAT

C. L'apertura, dinamització i gaudi veïnal de Sant Pau.

- C.1. Reforçar els vincles entre el Recinte Modernista de Sant Pau i la Santa Creu amb els barris del Guinardó i el Baix Guinardó.
- C.2. Millora de l'accessibilitat i connectivitat de Sant Pau amb els barris adjacents.
- C.3. Integrar la gestió de Sant Pau dins d'una escala urbana que excedeix els límits del districte.

CIUTAT

D. La gestió integral i supramunicipal de Collserola.

- D.1. Enfortir l'òrgan de governança de Collserola.
- D.2. Millora i/o recuperació del patrimoni natural constituït per Collserola.

D.3. Creació de rutes i senyalització.

DTE

E. L'extensió i enfortiment dels serveis associats als visitants del districte.

E.1. Identificació, creació i enfortiment dels serveis / empreses associats als visitants del districte per motius universitaris, sanitaris i esportius.

E.2. Maximització de la relació intersectorial.

E.3. Projectes solidaris i/o altruistes dirigits als visitants i/o acompanyants del districte per motius sanitaris.

E.4. Descentralització d'esdeveniments de ciutat vinculats a la promoció socioeconòmica als quals Horta – Guinardó incorpori un valor afegit.

DTE

F. La potenciació de la relació d'Horta – Guinardó amb Collserola.

F.1. Millora de la connectivitat i accessibilitat dels barris del districte amb la muntanya.

F.2. Desenvolupament socioeconòmic d'Horta – Guinardó en el marc de la seva relació amb la muntanya.

F.3. Estratègia de comunicació sobre Collserola adreçada al veïnat

DTE

G. L'art urbà d'Horta – Guinardó.

G.1. Posada en valor i difusió de l'art urbà del districte.

G.2. Vinculació de l'art urbà del districte amb la dinamització comercial d'Horta – Guinardó.

G.3. Potenciació de la dimensió social de l'art urbà del districte.

G.4. Donar a conèixer i potenciar el nou equipament de referència en art urbà: El Cilindre.

DTE

H. La difusió del patrimoni tangible i intangible d'Horta – Guinardó i la seva vinculació a projectes educatius.

H.1. Donar a conèixer el patrimoni d'Horta – Guinardó mitjançant la creació i revisió de projectes educatius.

2.8. NOU BARRIS

- A. La gestió integral de Collserola des d'una òptica de ciutat.
- B. La recuperació, preservació i posada en valor del patrimoni cultural i la memòria històrica de Nou Barris.
- C. L'entorn natural i ambiental de Nou Barris.
- D. Unes condicions laborals dignes en el sector turístic.
- E. La creació d'esdeveniments com a mecanisme de desenvolupament econòmic local.
- F. El teixit associatiu comercial i de restauració per a la dinamització econòmica de Nou Barris.
- G. La construcció d'un nou relat de Nou Barris i la seva difusió interna i externa.

7 línies estratègiques

17 mesures, estructurades en:



Gràfic 10. Nou Barris – Línies Estratègiques.

CIUTAT

A. La gestió integral de Collserola des d'una òptica de ciutat.

A.1. Integració del districte en els espais de decisió del Pla Especial del Parc Natural (PEPNat).

A.2. Projectes compartits amb altres districtes de muntanya.

DTE

B. La recuperació, preservació i posada en valor del patrimoni cultural i la memòria històrica del districte.

B.1. Continuació i extensió del projecte Relligant Nou Barris.

B.2. Revisió, millora o posada en valor dels punts i de la xarxa d'itineraris patrimonials, culturals i medi ambientals.

B.3. Difusió i posada en valor de la memòria històrica del districte.

DTE

C. L'entorn natural i ambiental de Nou Barris.

C.1. Recuperació, preservació i millora de les masies de Nou Barris i altres actius rurals.

C.2. Exploració d'ocupabilitat en els espais ambientals i naturals del districte.

C.3. Enfortiment dels vincles entre el districte i Collserola.

DTE

D. Unes condicions laborals dignes en el sector turístic.

D.1. Estudi de diagnosi per a la quantificació i tipificació dels treballadors de Nou Barris en el sector turístic.

D.2. Espai d'interlocució i coordinació amb districtes que estan desenvolupant tasques de millora de les condicions laborals en el sector turístic.

DTE

E. La creació d'esdeveniments com a mecanisme de desenvolupament econòmic local.

E.1. Creació d'esdeveniments adreçats al veïnat.

E.2. Descentralització d'esdeveniments de ciutat a Nou Barris prenent en consideració el valor afegit del districte i l'impacte econòmic, cultural i de reconeixement que puguin generar en el territori.

E.3. Potenciació i difusió dels esdeveniments existents.

DTE

F. El teixit associatiu comercial i de restauració per a la dinamització econòmica de Nou Barris.

F.1. Posada en valor i difusió dels actius gastronòmics de Nou Barris.

F.2. Suport i difusió dels projectes de dinamització d'eixos comercials.

DTE

G. La construcció d'un nou relat de Nou Barris i la seva difusió interna i externa.

G.1. Revisió i actualització del mapa de Punts d'Interès del districte.

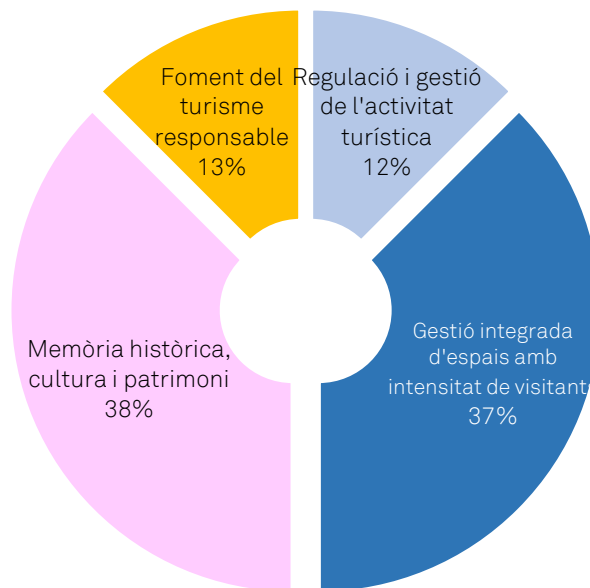
G.2. Estratègia de comunicació del districte de Nou Barris.

2.9. SANT ANDREU

- A. Polítiques actives en el marc de l'allotjament turístic.
- B. La mirada al riu Besòs des de Sant Andreu, però dins d'un marc de ciutat i de metròpoli.
- C. La recuperació i posada en valor del Rec Comtal i les cases de l'aigua.
- D. La memòria històrica i obrera de Sant Andreu.
- E. La Sagrera, eix cultural i motor econòmic.
- F. Sant Andreu, districte de referència de la cultura popular.
- G. El Camí del Rec Comtal i el Parc de la Trinitat Vella.
- H. Un turisme sostenible i inclusiu

8 línies estratègiques

34 mesures, estructurades en:



Gràfic 11. Sant Andreu – Línies Estratègiques.

CIUTAT

A. Polítiques actives en el marc dels allotjaments turístics.

- A.1. Campanyes d'informació i comunicació al veïnat i els turistes del districte sobre les accions impulsades en aquest àmbit.
- A.2. Espai de treball conjunt en el marc dels allotjaments turístics amb els barris i els municipis contigus.
- A.3. Treball conjunt amb la xarxa d'HUTs a Sant Andreu per donar a conèixer el districte i les normes bàsiques de convivència.
- A.4. Instruments per a la prevenció i mediació de conflictes en habitatges d'ús turístic.

CIUTAT

B. La mirada al riu Besòs des de Sant Andreu, però dins d'un marc de ciutat i de metròpoli.

- B.1. Millora i recuperació de l'espai públic a l'entorn del riu.
- B.2. Creació, consolidació i difusió de les rutes de flora i fauna.
- B.3. Millora de l'accessibilitat al riu.
- B.4. Espai de treball i coordinació territorial en l'àmbit del riu Besòs.

DTE

C. La recuperació i posada en valor del Rec Comtal i les cases de l'aigua.

- C.1. Coordinació amb el Pla Director del Rec Comtal.
- C.2. Creació d'una agenda d'esdeveniments culturals al Rec Comtal.
- C.3. Creació, difusió i comunicació de les rutes i punts d'interès del Rec Comtal.
- C.4. Projectes de consolidació i millora del Rec Comtal per enfortir els seus valors històrics, culturals i de lleure i esbarjo.
- C.5. Centre d'Interpretació d'història de Sant Andreu i del Rec Comtal.
- C.6. Recuperació de la memòria del Rec Comtal.

DTE

D. La memòria històrica i obrera de Sant Andreu.

- D.1. El casc antic de Sant Andreu.
- D.2. Les cases barates de Bon Pastor.

D.3. Difusió dels punts d'interès i els projectes vinculats a la memòria històrica de Sant Andreu.

D.4. Desenvolupament cultural de la Fabra Coats i la Nau Ivanow.

D.5. Senyalització i museïtzació dels punts d'interès de Sant Andreu.

D.6. Centre d'Interpretació del Treball a la Nau F (Fabra i Coats)

DTE

E. La Sagrera, eix cultural i motor econòmic.

E.1. Preservació del teixit socioeconòmic de La Sagrera.

E.2. Potenciació de La Sagrera, Vil·la Romana.

E.3. Museïtzació del Refugi Antiaeri de la Torre de la Sagrera.

DTE

F. Sant Andreu, districte de referència de la cultura popular.

F.1. Estratègia de comunicació sobre la cultura popular de Sant Andreu.

F.2. Cessió d'espais per a l'atracció d'esdeveniments de cultura popular.

F.3. Consolidació del districte com a nucli de la cultura popular.

F.4. Explorar la descentralització d'esdeveniments de la Mercè vinculats a la cultura popular cap al districte de Sant Andreu.

DTE

G. El Camí del Rec Comtal i el Parc de la Trinitat Vella.

G.1. Creació d'una xarxa esportiva de lliure accés.

G.2. Millora de l'accessibilitat i arranjament del Camí del Rec Comtal.

G.3. Projecte d'art urbà al camí del Rec Comtal i altres espais del districte.

DTE

H. Un turisme sostenible i inclusiu.

H.1. Millora de l'accessibilitat en rutes i espais d'interès.

H.2. Implantació de tecnologia accessible en la senyalització i museïtzació de Sant Andreu.

H.3. Espais d'interlocució amb operadors turístics.

H.4. Espais de coordinació amb altres districtes amb experiència i/o interès en turisme inclusiu.

2.10. SANT MARTÍ

- A. La gestió del litoral de Sant Martí com un Espai de Gran Afluència (EGA) des de la perspectiva de ciutat.
- B. Polítiques actives en el marc de l'allotjament turístic.
- C. Sant Martí, districte de cultura, art i creativitat.
- D. La promoció del retorn social i territorial de l'activitat turística.
- E. La memòria històrica i el patrimoni industrial de Sant Martí.
- F. L'enfortiment de la dimensió local del 22@.
- G. La sostenibilitat i dinamització cultural del verd del districte.

7 línies estratègiques

33 mesures, estructurades en:



Gràfic 12. Sant Martí – Línies Estratègiques

CIUTAT

A. La gestió del litoral de Sant Martí com un Espai de Gran Afluència (EGA) des de la perspectiva de ciutat .

- A.1. Participació activa del districte en els espais de gestió del litoral de Sant Martí.
- A.2. Millora de la mobilitat i accessibilitat a les platges.
- A.3. Delimitació d'usos al litoral per descongestionar l'espai de les platges i garantir l'ús ciutadà.
- A.4. Coneixement i dades sobre els visitants del litoral de Sant Martí.
- A.5. Millora de la dotació de serveis al litoral de Sant Martí, adequant-se al volum de població que es rep.
- A.6. Recuperació del fons marí.
- A.7. Participació activa del districte en la programació d'esdeveniments al fòrum.

CIUTAT

B. Polítiques actives en el marc dels allotjaments turístics.

- B.1. Seguiment del cens d'hotels i HUTs del districte.
- B.2. Estratègia d'informació i comunicació sobre la tasca feta en matèria d'allotjaments turístics.
- B.3. Mediació de conflictes en l'àmbit de HUTs per millorar la convivència veïnat – turistes.

DTE

C. Sant Martí, districte de cultura, art i creativitat.

- C.1. Visibilització dels esdeveniments amb identitat pròpia del districte.
- C.2. Posada en valor i creació de vincles territorials dels equipaments culturals de Sant Martí.
- C.3. Creació / difusió de petits esdeveniments en matèria cultural descentralitzats en el districte, aprofitant la seva celebració en els parcs i jardins de Sant Martí.
- C.4. Creació, posada en valor i/o difusió d'esdeveniments creatius, culturals i artístics.
- C.5. Actuacions en matèria cultural, artística i creativa contingudes en el Pla de Barris de Besós i Maresme.

DTE

D. La promoció del retorn social i territorial de l'activitat turística.

- D.1. Visibilitat, difusió i expansió de l'experiència del Barcelona Fòrum District.
- D.2. Elaboració d'un cens d'operadors i activitat relacionada amb el turisme.
- D.3. Consolidació d'espais de trobada entre operadors turístics i agents territorials.
- D.4. Foment de la Responsabilitat Social Empresarial dels hotels de la zona.
- D.5. Territorialització dels criteris de sostenibilitat i/o segell de qualitat en l'àmbit laboral del sector turístic.
- D.6. Difusió dels actius i punts d'interès de Sant Martí per part dels operadors turístics per tal de retenir els visitants al districte i incrementar la seva despesa en el territori.

DTE

E. La memòria històrica i el patrimoni industrial de Sant Martí.

- E.1. Pla de senyalística de patrimoni industrial i de la memòria obrera.
- E.2. Posada en valor i difusió del relat intangible dels barris del Besòs i el Maresme o La Verneda i La Pau en relació a les lluites veïnals i la reconquesta de l'espai públic.
- E.3. Recuperació de l'Església de Sant Martí.
- E.4. Identificació i preservació dels comerços emblemàtics del districte.
- E.5. Revisió, creació i/o difusió de rutes sobre la història fabril del districte.

DTE

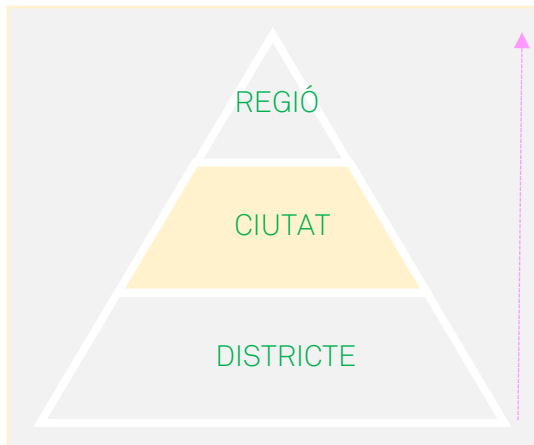
F. L'enfortiment de la dimensió local del 22@.

- F.1. Exploració sobre la creació de serveis de proximitat adreçats als treballadors del 22@.
- F.2. Rehabilitació i preservació del patrimoni industrial del 22@.
- F.3. Mecanismes participatius per fomentar la implicació veïnal en els usos futurs dels equipaments del 22@.
- F.4. Creació de rutes amb especial èmfasi en els projectes educatius a escoles i/o veïns sobre el 22@ i la seva vinculació amb Sant Martí.

G. La sostenibilitat i dinamització cultural del verd del districte.

- G.1. Vinculació dels parcs del districte amb el turisme sostenible.
- G.2. Programa de millores en parcs i jardins de Sant Martí.
- G.3. Espai de coordinació amb el Pla del Verd i de la Biodiversitat 2012 – 2020 i amb l'Institut Municipal de Parcs i Jardins.

3. ETGT. ESCALA CIUTAT.



El segon nivell d'actuació de l'Estratègia Territorial de Gestió Turística respon a aquells reptes que ha de fer front la ciutat per tal de (i) millorar el retorn social de l'activitat en els diferents barris i districtes de la ciutat, independentment del seu punt de partida i posicionament futur envers el turisme i (ii) millorar la gestió turística des de la perspectiva territorial

Aquests desafiaments s'estructuren en 6 grans blocs d'actuació:

1. Governança interna i coordinació externa
2. Espais de Gran Afluència (EGA)
3. Polítiques sectorials
4. Coneixement i dades
5. Màrqueting turístic i comunicació
6. Esdeveniments

Cadascun dels reptes identificats s'acompanya de l'espai o mecanisme identificat per a la seva resolució.

3.1. GOVERNANÇA INTERNA I COORDINACIÓ EXTERNA

(1) Repensar els espais de coordinació municipal en clau territorial.

- Taula de Gestió Turística.
- Taula de Màrqueting Turístic i Grup de Treball (GT) de Màrqueting turístic i territori.
- GT de seguiment de l'Estratègia Territorial de Gestió Turística (ETGT)

(2) Crear espais estables per a la coordinació públic - privada.

- Canals de coordinació externa de la Direcció de Turisme (p.e. creuers, guies, gremi d'hotels, GT d'allotjament turístic, etc.).
- Donar suport als espais de coordinació externa dels diferents districtes (BFD Sant Martí, Taula d'Hotels de Sants, etc.).

(3) Millorar la governança en els projectes i/o espais d'àmbit turístic compartits entre districtes.

- GT de l'ETGT

(4) Fomentar la vinculació intersectorial.

- Plans de Desenvolupament Econòmic dels Districtes

(5) Potenciar la coordinació entre àrees municipals i districtes.

- Taula de Gestió Turística.

3.2. ESPAIS DE GRAN AFLUÈNCIA (EGA)

(i) Conceptualització dels EGA:

(1) Identificar i categoritzar els EGA de la ciutat.

(2) Delimitar administrativament els EGA.

(3) Elaborar un diagnòstic sobre els EGA de la ciutat

(ii) Governança i coordinació dels EGA:

(4) Dissenyar i implementar l'òrgan de governança dels EGAs.

(5) Crear un Grup de Treball per a la gestió dels EGA (GT EGA).

(6) Fomentar la interlocució amb els operadors i agents externs implicats en els EGAs.

(iii) Finançament dels EGA:

(7) Explorar vies de finançament per a la gestió específica dels EGA.

(8) Coresponsabilitzar els agents privats en el finançament dels EGA.

(iv) Normativa, planejament i regulació:

(9) Crear / implementar instruments de planificació específics per a la gestió dels EGA.

(10) Millorar els mecanismes d'inspecció per garantir el compliment de normatives en els EGAs.

(11) Elaborar estudis sobre l'impacte de generació de visitants.

(v) Coneixement i dades dels EGA

(12) Gestionar els fluxos de vianants i de mobilitat als Espais de Gran Afluència.

(13) Crear i implementar mecanismes d'informació per redreçar els fluxos de visitants.

- GT d'Espais de Gran Afluència

3.3. POLÍTIQUES SECTORIALS

Allotjament.

(1) Implementar el control i seguiment del PEUAT amb una major implicació o retroalimentació dels districtes.

- GT d'Allotjaments Turístics .

(2) Crear un sistema de prevenció / mediació de conflictes sorgits en els allotjaments turístics.

- Mesura de Govern "Programa de convivència entre veïns i veïnes i habitatges i altres allotjaments d'ús turístic".

Mobilitat.

(3) Elaborar Plans de Mobilitat específics en espais d'elevada intensitat d'ús.

(4) Fomentar una major participació dels districtes en la presa de decisions d'aspectes relacionats amb la mobilitat.

(5) Crear un Grup de Treball per a la gestió de la mobilitat turística (GT Mobilitat Turística).

- GT de Mobilitat Turística

Altres de caràcter sectorial.

(6) Revisar la regulació relativa als comerços de souvenirs.

- Direcció de Planejament Urbanístic.

(7) Regular els grups de guiatge a la via pública.

- Canal de coordinació estable Direcció de Turisme i Associacions de Guies Oficials (APIT i AGUICAT) per a la creació d'un Decret d'Alcaldia que reguli aquesta activitat.

(8) Maximitzar la inspecció i control de les normatives de regulació de l'activitat turística.

- Direcció de Serveis d'Inspecció
- Pla de Xoc contra l'allotjament il·legal

3.4. CONEIXEMENT I DADES

- (1) Optimitzar la generació de coneixement i dades de l'àmbit turístic i agilitzar la seva transferència cap als districtes.
 - Direcció de Turisme: GT Business Intelligence
- (2) Elaborar estudis específics de l'àmbit turístic amb punts comuns entre els districtes.
 - Direcció de Turisme.
- (3) Avançar en el coneixement dels fluxos de turistes sobre el territori.
 - Direcció de Turisme: Big Data i Business Intelligence.
- (4) Fomentar un espai per a la transferència de coneixement, bones pràctiques i experiències dels districtes en l'àmbit turístic.
 - GT d'ETGT.

3.5. MÀRQUETING TURÍSTIC I COMUNICACIÓ

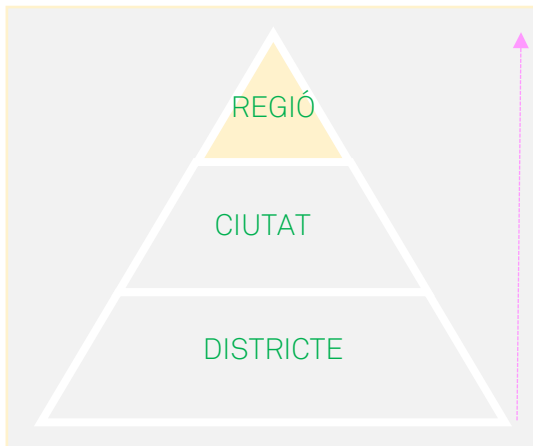
- (1) Consolidar el relat turístic de ciutat i orientar directrius per a la seva difusió per part dels districtes.
 - GT de Màrqueting Turístic i Territori.
- (2) Impulsar la formació dels tècnics de comunicació dels districtes en l'àmbit del turisme.
 - GT de Màrqueting Turístic i Territori.
- (3) Implicar els districtes en les estructures funcionals i presa de decisions municipal.
 - GT de l'ETGT.
 - GT de Màrqueting Turístic i Territori.
- (4) Fomentar la transferència de coneixement i l'intercanvi de bones pràctiques entre districtes.
 - GT de l'ETGT.
 - GT de Màrqueting Turístic i Territori.
- (5) Millorar la comunicació i interlocució amb operadors externs.
 - Taula de Màrqueting Turístic.
- (6) Revisar la jerarquia dels Punts d'Interès de Ciutat (PICs)

- GT de Màrqueting Turístic i Territori.

3.6. ESDEVENIMENTS

- (1) Millorar la convivència veïnal durant la celebració d'esdeveniments de ciutat.
 - (2) Posar en valor i difondre els esdeveniments a potenciar pels districtes a nivell de ciutat.
 - (3) Dissenyar un mapa d'espais potencials per acollir esdeveniments de la ciutat.
 - (4) Elaborar un catàleg de bones pràctiques en la gestió d'esdeveniments.
 - (5) Potenciar la responsabilitat social i la sostenibilitat dels esdeveniments.
 - (6) Desconcentrar territorialment els esdeveniments de ciutat.
 - (7) Potenciar una "Central Operadora d'Organització d'Esdeveniments".
 - (8) Fomentar una major implicació dels districtes en la presa de decisions sobre la gestió i celebració d'esdeveniments.
- Ponència d'Esdeveniments.

4. ETGT. ESCALA METROPOLITANA.



El tercer nivell d'actuació de l'ETGT es refereix a la necessitat d'incidir en la gestió turística a escala metropolitana per tal de fer front als reptes de Barcelona. En aquest sentit, durant el procés d'elaboració de l'ETGT s'ha fet palesa la necessitat d'enfortir vincles i treballar de forma coordinada amb altres municipis, institucions administratives – Àrea Metropolitana de Barcelona, Diputació de Barcelona i Generalitat de Catalunya - i agents metropolitans - aeroport, port, transports viaris i ferroviaris, entre altres -. Aquest canvi d'escala és necessari per tal de garantir la concurrència amb les estratègies metropolitanes que afecten a l'activitat turística – infraestructures, planejament urbanístic i territorial, mobilitat, allotjament, espais naturals -, donada la realitat territorial supramunicipal del fenomen turístic.

Així, a fi de garantir el retorn social de les activitats turístiques de Barcelona, es fa evident la necessitat d'abordar algunes qüestions clau a escala metropolitana. No es tracta doncs de decidir des del municipi de Barcelona quina és l'estratègia del territori metropolità sinó incidir a escala regional a través dels diferents instruments disponibles per abordar els reptes municipals que s'han apuntat anteriorment.

Els principals aspectes on s'ha d'incidir en l'escala metropolitana són:

1. Governança interna i coordinació externa
2. Polítiques sectorials
3. Màrqueting turístic i comunicació

Cadascun dels reptes identificats s'acompanya de l'espai o mecanisme identificat per a la seva resolució.

4.1. GOVERNANÇA INTERNA I COORDINACIÓ EXTERNA

(1) Millorar la coordinació en els projectes i/o espais d'àmbit turístic supramunicipals.

- Donar suport als districtes en espais de governança concrets dels projectes en qüestió: PEPNat, Consorci del Besòs, etc.
- PEMB

(2) Integrar la gestió del turisme com un element de reflexió essencial en l'àmbit metropolità amb els municipis metropolitans i la Diputació de Barcelona.

- PDU
- PEMB

4.2. POLÍTIQUES SECTORIALS

(1) Explorar vies de treball sobre allotjaments turístics amb els municipis contigus a Barcelona.

(2) Integrar la mobilitat turística dins de la planificació de la mobilitat metropolitana.

(3) Integrar el turisme com un vector transversal amb efectes en el planejament urbanístic metropolità.

4.3. MÀRQUETING TURÍSTIC I COMUNICACIÓ

(1) Assolir una estratègia de màrqueting coordinada i consensuada en l'àmbit ampliat de la destinació

- Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona (EMTDB)
- Pla Estratègic de Turisme i Pla de Màrqueting Turístic de la Generalitat de Catalunya

4. CONCLUSIONS

L'Estratègia Territorial de Gestió Turística (ETGT) ha estat resultat de la declinació territorial del Pla Estratègic de Turisme (PET20) als territoris, i ha permès aprofundir en la reflexió territorial de la destinació turística de Barcelona, per tal d'encaixar les activitats i les pràctiques la componen amb les possibilitats, necessitats i capacitat de l'entorn social i espacial que les acull (districtes, ciutat i regió).

Construir l'ETGT de baix a dalt ha permès recollir les demandes dels espais participatius dels districtes, garantir la concurrència amb les diferents polítiques turístiques sectorials i establir algunes de les prioritats de l'agenda turística urbana i metropolitana des de la perspectiva territorial. Tot això amb l'objectiu últim d'incrementar el retorn social que es desprèn de l'activitat turística als territoris.

També com a resultat de les 10 estratègies territorials d'escala districte, s'ha evidenciat, una vegada més, la heterogeneïtat, diversitat i riquesa territorial dels diferents barris i districtes de Barcelona, en totes les seves dimensions (socials, econòmiques, urbanes, etc.), posant de manifest també les diferents necessitats, punts de partida i possibilitats de cada un d'ells en relació amb el turisme.

D'aquesta manera, l'ETGT reflecteix la diversitat d'actuacions i prioritats necessàries per maximitzar el retorn social del turisme en els districtes i barris de la ciutat, amb una dimensió que excedeix els seus límits administratius i abraça la ciutat i la regió. Aquest retorn es tradueix bàsicament en potenciar l'efecte multiplicador del turisme amb les activitats locals (esdeveniments; sinèrgies amb altres sectors econòmics; etc.); de posar en valor els actius del territori (recuperació de la memòria històrica; difusió del patrimoni tangible o intangible; etc.) i mitigar els efectes negatius a través de l'enfortiment de la sostenibilitat i responsabilitat de l'activitat turística; el foment de la coresponsabilitat i coordinació d'agents públics, privats i comunitaris; o el desenvolupament d'instruments reguladors.

Si bé els districtes han estat capaços d'articular quina ha de ser l'estratègia per incrementar aquest retorn social en els propers anys, també han interpel·lat a la ciutat i la regió la necessitat de que entomin determinades actuacions, que per la seva magnitud depassen de les seves competències. Com a resultat d'aquestes demandes comunes, sorgeix un conjunt d'actuacions que han de conformar l'Estratègia

Territorial de Gestió Turística a escala ciutat i regió i la qual s'estructura principalment en sis camps de treball: i. Governança i coordinació externa; ii. Espais de gran afluència (EGA); iii. Polítiques sectorials (especialment, mobilitat i allotjament); iv. Coneixement i dades; v. Màrqueting turístic i comunicació i vi. Esdeveniments.

La confluència dels tres nivells d'intervenció dona lloc, doncs, a establir el full de ruta que permetrà maximitzar el retorn social del turisme en els territoris, sota un procés de debat compartit i consensuat i basant-se en els criteris de sostenibilitat, responsabilitat, redistribució, cohesió i innovació.

