

Turisme de Barcelona i Diputació de Barcelona presenten el programa *Barcelona workation* per impulsar els professionals digitals temporals

- **El Consorci promocionarà Barcelona com una destinació ideal per treballar i gaudir de tots els seus atractius**
- **Un nou programa de Turisme de Barcelona, amb la Diputació de Barcelona, ofereix un aparador de productes i serveis específics per a un nou mercat creixent amb la pandèmia**
- **Un estudi de Turisme de Barcelona diu que el 68% dels treballadors ho fan en remot, un 77% assegura que vol fer un canvi temporal de residència i un 84% ho considera factible**

Barcelona, 17 de març de 2021.- Turisme de Barcelona, amb el suport de la Diputació de Barcelona, ha impulsat un nou programa adreçat a captar un nou públic sorgit amb la pandèmia que s'ha estès a moltes ciutats del món occidental que viatja i treballa a distància des de qualsevol punt del món. La Covid ha canviat la manera de treballar de molts professionals que teletreballen o treballen en remot traslladant la seva oficina a qualsevol indret desitjat. Barcelona s'ofereix, en aquest marc, com una destinació ideal per acollir aquest tipus de visitant temporal i posa al seu abast un seguit de serveis i productes pensats per cobrir les necessitats d'una demanda que és tendència i que tal com mostren diversos estudis s'incrementarà en els propers mesos i anys.

“[*Barcelona Workation*](#)” és el nom amb el qual Turisme de Barcelona promocionarà Barcelona i el seu entorn com a destinació ideal per a treballar a distància de manera temporal amb l'objectiu principal d'atraure el visitant que treballa a distància i busca alhora una nova experiència fora del seu lloc habitual de residència.

Una línia de promoció que pretén desenvolupar tot un segment nou estratègic segons les noves tendències de mercat (*slow tourism*, treballadors nòmades, professionals digitals..), que afavoreix la desestacionalització, l'ocupació hotelera i de l'allotjament, l'economia del visitant i que allarga les estades contribuint així a la sostenibilitat de la destinació.

És un públic que va més enllà dels nòmades digitals i que abraça també altres professionals que volen i es poden permetre tenir una experiència laboral a l'estranger. En el cas del **nòmada digital**, la persona no busca canviar de treball sinó que es mou per altres motivacions com ara desconnectar del seu entorn, sortir de la rutina, viure noves experiències o conèixer noves cultures. Pertanyen, majoritàriament, a la generació mil·lennial d'entre 20 i 40 anys. En el cas del **professional digital**, que treballa en remot, el públic s'amplia fins i tot a famílies que opten per viure una experiència enriquidora per a ells i els seus fills en d'altres països, freelance etc... En els dos casos, són professionals que teletreballen, professionals liberals (emprenedors, executius..), amb un determinat estil de vida marcat per la llibertat i flexibilitat de moviments, amb unes necessitats tècniques de connexió a Internet d'alta velocitat i d'altres necessitats vitals com l'allotjament, les infraestructures, els equipaments i les possibilitats d'establir una xarxa social en la destinació (a través de professionals internacionals, reunions...).



La proposta de Turisme de Barcelona i la Diputació de Barcelona per captar aquest públic es basa en oferir una doble opció als treballadors nòmades: 1) Una experiència **rural o al**

costat del mar o bé 2) Una experiència **urbana**. La Destinació Barcelona sempre ha estat un pol d'atracció per a persones artistes, escriptors, emprenedores i visionaris. Una destinació polifacètica, amb una infraestructura de primer nivell i un clima més benigne que la major part d'Europa.

Ofereix cultura, activitats a l'aire lliure, oci, gastronomia, vida social, platja, muntanya, excursions..

Amb l'eslògan "*Move your desk. Change your Life*" i l'etiqueta **#workfromBarcelona** Turisme de Barcelona començarà una campanya a Regne Unit, França, Bèlgica i Països Baixos per donar a conèixer una oferta que inclou, per ara, 4 productes de la Destinació Barcelona, susceptible d'ampliar-se amb altra oferta de la Destinació.

- 1) **Allotjament**. Plataforma de reserva d'allotjament aprofitant la oferta vacant
- 2) **Assegurança mèdica**. Assegurança salut temporal amb assistència gratuïta a Hotel i atenció primària a Quiron Hospitality
- 3) **Barcelona workation Card**. Targeta per accedir a 25 museus de Barcelona durant 6 mesos
- 4) **Acords amb Clubs** i entitats esportives, co-working, transport i mobilitat ...

Un mercat en expansió

Turisme de Barcelona va començar a treballar amb aquesta nova línia de promoció a partir d'un estudi elaborat internament per tal d'obtenir informació d'una tendència creixent a través del qual es confirma que existeix efectivament un potencial molt alt de mercat que treballa en remot i que està disposat a fer un canvi temporal de residència a on seguir realitzant la seva feina. Això, juntament al fet que Barcelona escala posicions en els rànquings internacionals com a millor ciutat per viure i treballar (The World's Best Cities 2021 de la consultora Resonance Consultancy) ha estat definitiu per començar a treballar en una tendència creixent i amb molt de recorregut en el nou futur post pandèmic.

Aquest estudi demostra que el *workation* (fusió de les paraules en anglès *work* i *vacation*) avui és una realitat: el 68% dels treballadors realitzen la seva activitat laboral en remot a

causa de les circumstàncies actuals. Un 77% assegura que vol gaudir d'un canvi temporal de residència i un 84% considera factible realitzar un canvi temporal de residència.

Els atributs més rellevants per a seleccionar una destinació com a residència temporal són la connectivitat, l'assegurança mèdica i el preu de l'habitatge. Seguit molt de prop les activitats culturals i la possibilitats d'aprendre idiomes. Un tercer grup de prioritats serien les activitats a l'aire lliure, el clima, la mobilitat i el contacte amb expats (professionals internacionals residents a Barcelona) i locals.

Quant a la destinació més sol·licitada, el més sol·licitat són urbana/prop d'una gran ciutat i en un entorn marítim. Les escapades rurals són una alternativa en els trasllats dins del mateix país.

Treballador en remot

El treballador en remot és un nou col·lectiu que compagina oci/negoci, essent “viatjar” l'eix vertebrador d'aquest nou concepte. Potencialment, es podia comptabilitzar en un 25% de la població dels principals mercats turístics de Barcelona, atès que ja treballaven de forma permanent o freqüent a distància. Això no obstant, darrerament a aquests se'ls hi ha afegit de forma circumstancial un 45% més. Si convergim la tendència a la digitalització i la conciliació familiar, s'estima que any rere any la proporció de persones que exerceixin el teletreball vagi augmentat, el que podria suposar que, a curt termini, més del 30% podrà treballar des de casa (*Font: Kylili et al., 2020*).

Ara bé, per tal que una persona que exerceix la seva professió a distància es plantegi convertir-se en un nòmada digital, que viatgi mentre treballa a distància, s'han de donar les circumstàncies adequades perquè la voluntat de poder-ho fer ja existeix i s'apropa al 80%. Si salvaguardem les raons personals i per l'edat dels infants al seu càrrec, cal assumir com a destinació que es tinguin els requisits indispensables per poder efectuar aquest canvi de vida, essent la connectivitat i l'assegurança mèdica els pinacles decisius (*Turisme de Barcelona, 2020*).

Per assegurar la competitivitat com a destinació somiada s'ha de treballar en aquells aspectes que la fan única davant de les alternatives de viatge. Això implica que, cal crear

un ideari que exposi clarament aquelles característiques intrínseques que faran que, en igualtat de condicions, qualsevol persona professional esculli aquella destinació per experimentar aquest modus de vida durant com a mitja més de sis mesos.

Tal com ha destacat avui **Marian Muro**, directora general de Turisme de Barcelona “Aquesta és una tendència que ha vingut per quedar-se. La Destinació Barcelona té els requisits essencials per desenvolupar un producte a mida per venir a fer treball a distància. I per tant, estem davant una nova oportunitat per Barcelona”. Prop d’un 70% de la població està treballant en remot i existeix una predisposició molt alta a realitzar una experiència de canvi de residència temporal independentment de l’edat i situació. “Tenim mercat, tenim producte i tenim una destinació que busca aquest perfil de turisme” ha conclòs.

Per al gerent de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona, **Francesc Vila**, el programa ‘Barcelona Workation’ atraurà els professionals cap a la ciutat i les comarques de Barcelona “per gaudir de la nostra cultura i el nostre estil de vida. Des de la Diputació estem convençuts que també interessarà els ciutadans de l’àrea metropolitana que teletreballen i volen gaudir d’entorns tranquils i prop de la natura, i que a la vegada necessiten estar ben connectats”.

Aquesta acció del Consorci va en la línia del pla de l’Ajuntament de Barcelona per captar i facilitar l’aterratge personal i professional del talent internacional posant a disposició dels possibles interessats el **Barcelona International Welcome** (www.barcelona.cat/internationalwelcome).

VIDEO CAMPANYA

Vídeo urbà (1’): <https://www.youtube.com/watch?v=g9YfTXa1h4A>

Vídeo urbà (15’): <https://www.youtube.com/watch?v=HfzOPinqDo8>

Per a més informació:

Lali Ferrando lferrando@barcelonaturisme.com T. 646 467 715