



**ACTA – RESUM DEL GRUP DE TREBALL “FISCALITAT I TURISME” DEL CONSELL
MUNICIPAL TURISME I CIUTAT**

Data: Dimecres 7 de febrer de 2018

Hora: 17h

Lloc: Sala Món, Barcelona Activa (C/ Llacuna, 162)

Assistència

Persones que han assistit

- Jaume Avià, Gremi d'hotels
- Ana Barluenga, Associació Catalana de Agències de Viatges Especialitzades (ACAVE)
- Daniel Brasé, PIMEC Comerç
- Pere Mariné, Associació de Veïns del Poblenou
- Claudio Milano, Ostelea
- Toni Mora, Direcció de Planificació Estratègica i Fiscalitat
- Núria Paricio, Barcelona Oberta
- Sílvia Pastor, Associació d'Apartaments Turístics (APARTUR)
- Manel Romero, Associació de Veïns El Coll
- Josep Anton Rojas, Consorci Turisme de Barcelona

Ponent:

- Roger Gaspa, Barcelona Oberta (RBD Consulting)

Secretaria tècnica:

- Secretària CTiC, Rosa Bada
- Secretària CTiC, Sílvia Susana Flores
- Momentum^{co}, Irene Humet

Persones excusades:

- Joan Balañach, Federació d'Associacions de Veïns de Barcelona (FACB)
- Ángel Díaz, Expert
- Reme Gómez, Associació de Veïns Barri Gòtic
- Joan Itxaso, Associació de Veïns de la Sagrada Família
- Xavier Ricart, Cambra de Comerç
- Marc Rodés, Grup municipal Partit Demòcrata de Catalunya
- Joan Torrella, tècnic municipal



Desenvolupament de la sessió

Benvinguda i context

Rosa Bada dona la benvinguda i agraeix l'assistència. Entrega un exemplar del llibre "Ciudad educadora y turismo responsable" a cadascuna de les persones assistents i comenta que totes aquelles entitats interessades, poden demanar més exemplars a la Secretaria. Fa un breu resum del grup de treball repassant les sessions anteriors i recorda que en aquesta tercera sessió s'ha convidat a Barcelona Oberta, a exposar l'informe de l'impacte turístic sobre el comerç. Assisteix com a ponent Roger Gaspa, de la consultoria RBD Consulting Group, empresa que ha liderat l'estudi.

Ponència: "Impacte socioeconòmic de les compres turístiques a la ciutat de Barcelona" (Roger Gaspa, RBD Consulting Group)

Roger Gaspa explica que es tracta d'una presentació centrada en els efectes que genera el turisme sobre el comerç amb dades de l'any 2016. L'estudi es basa en una enquesta a comerços i turistes, entesos com a persones estrangeres que visiten la ciutat (no es té en compte persones d'altres indrets de Catalunya o Espanya que visitin Barcelona en un dia concret).

S'identifiquen 4 àrees diferents a la ciutat en funció de la despesa turística en aquestes zones (i no en funció de l'afluència turística):

- ✓ MOLT ALTA: més del 50% de la facturació del comerç prové del turisme.
- ✓ ALTA: entre el 25% i el 50% de la facturació del comerç prové del turisme.
- ✓ MITJA: entre el 5% i el 25% de la facturació del comerç prové del turisme.
- ✓ BAIXA: menys del 5% de la facturació del comerç prové del turisme.

Destaca algunes dades:

- El 18% de la facturació total del comerç de la ciutat prové del turisme.
- A un terç del comerç de Barcelona (situats en la zona molt alta i zona alta), dos terços de la seva facturació prové del turisme. En la resta, la facturació prové majoritàriament de les residents.
- Si s'eliminés el turisme, un 20% dels comerços hauria de tancar, i d'aquests, un 10% assegura que tancaria segur.

Conclou que el turisme és una palanca clau per a l'enfortiment del comerç i per generar noves polaritats comercials, destacant-ne 5 zones:

- Eix Diagonal (des de Francesc Macià fins al Corte Inglés de Maria Cristina): compres luxoses
- Ruta modernista (dreta de l'Eixample i Avinguda Gaudí): riquesa cultural i encaix amb l'eix comercial de *Coreixample*,
- Plaça de les Glòries - Poblenou
- *Gaieixample*: alta projecció internacional respecte al moviment LGTBI
- Creu Coberta - Plaça Espanya – Paral·lel: vessant gastronòmica, eix cultural (esplanada museus a Montjuïc), ...

Torn d'intervencions:



S'obre un espai de debat entre els assistents, on se succeeixen intervencions aportant cadascú el seu punt de vista al respecte. A continuació es presenten els diferents comentaris realitzats:

- Es troba a faltar una part d'autocrítica, ja que malgrat les dades exposades indiquen una evolució molt positiva del sector, creixements tan ràpids generen febleses que cal identificar i tenir en compte, i aquestes no s'han presentat.
- Una part del grup mostra certa preocupació pel fet de no potenciar i fomentar el comerç local i de proximitat, destacant que gran part del comerç beneficiat pel turisme són empreses multinacionals. Des de Barcelona Oberta es respon que en aquestes zones d'alta facturació turística hi ha una majoria de botigues de comerç local (entès com a empreses o marques catalanes. També es comenta que s'està posant força èmfasi per evitar la clonificació del comerç i fomentar el comerç local.
- Una part del sector empresarial considera elevat l'Impost d'Estades en Establiments Turístics (IEET).
- Es debat si l'increment de les vendes online pot suposar una oportunitat o una amenaça pel comerç. S'explica que existeixen els *showrooms* on les persones compradores van a veure els productes en directe, tot i que aquests els rebin després a casa seva, mitjançant un enviament realitzat des d'un centre logístic. També existeix un altre tipus de compra, ROPO (*Research Online Purchase Offline*), caracteritzada per fer una bona cerca i comparativa online, però duent a terme l'adquisició a la botiga física.

També es llencen algunes preguntes:

- Es demana si és possible obtenir el detall, a nivell d'impostos, del que es queda a Barcelona en comparació amb el benefici que n'extreuen els comerciants. S'opina que si els comerços de Barcelona es beneficien en gran part gràcies al turisme que atrau la ciutat, l'Ajuntament hauria de poder obtenir-ne algun benefici i costa molt saber quina part de la recaptació fiscal dels comerços es queda a la ciutat Barcelona.
- Es demana si es pot saber si la compensació dels turistes que compren a botigues de la ciutat i després desgraven la part d'impostos abans d'entrar al seu país, coincideix amb el que cada botiga paga per mòduls en concepte d'IVA. En aquest sentit, es considera que si el retorn dels impostos es fa a les oficines del centre de la ciutat en lloc de l'aeroport, el turista disposa d'efectiu per poder gastar a la ciutat mentre duri la seva estada. Per contra, si ho fa a les oficines de l'aeroport, aquells diners tornaran al seu país d'origen.
- Es demana si es coneix quina és la inversió estrangera en la modernització de botigues per a atraure turistes.

Posant l'enfoc cap a les últimes sessions del Grup de treball, es proposa:

- demanar un estudi on s'especifiqui el destí de cada taxa, ja que aquestes són finalistes.
- demanar a l'Ajuntament que encarregui un estudi del cost - benefici de les activitats turístiques de la ciutat, per poder fer un anàlisi sobre aspectes fiscals. Es proposa que part del resultat del Grup de Treball podria ser detallar les característiques que hauria de tenir aquest informe.



Finalment, i a la vista de les dificultats per decidir com seguir avançant en les properes sessions, la Secretaria es compromet a enviar un document recull de les sessions anteriors com a primer esborrany del document a presentar a l'Ajuntament. S'acorda que la relatoria del grup anirà a càrrec del Manel Romero de l'AAVV El Coll, del barri de Gràcia.

Sense més intervencions es dona per finalitzada la sessió.