
Pla Estratègic de Turisme de Barcelona 2020
Fase de diagnosi.
Document de relatoria

Turisme als districtes

Jordi Moll, relator

1 Anàlisi de la situació actual

1.1 Aspectes territorials

Els 102 Km² d'extensió del terme municipal de Barcelona estan dividits en 10 unitats administratives bàsiques, els districtes. Tanmateix, en aquest espai geogràfic hi han 73 barris, ben definits i molt diferenciats. Comparativament, els districtes de la ciutat són heterogenis, amb notables diferències en temes demogràfics, socials, urbanístics, econòmics, etc. Aquestes característiques diferencials generen una diversitat atractiva que potencia l'atractivitat de la ciutat, dels seus districtes i dels seus barris.

Determinats elements geogràfics, com per exemple Collserola, el front litoral o la muntanya de Montjuïc, afegixen atractiu a la ciutat, a més de caracteritzar aquells districtes on es localitzen. Aquest elements geogràfics juntament amb altres dinàmiques, tant del passat, com actuals, han condicionat un desenvolupament urbà i la configuració dels districtes i barris tal com els coneixem avui en dia.

L'anàlisi sociodemogràfic ens ajuda a evidenciar les diferències existents entre zones. La distribució de la població per districtes mostra que els més poblats són l'Eixample i Sant Martí amb 263 mil i 232 mil residents respectivament. Per contra, els districtes de Les Corts i Ciutat Vella són els de menor quantitat de població censada. L'estudi de l'evolució de la població al llarg del temps mostra els importants canvis poblacionals que s'han produït a cadascun dels districtes. Aquest fet s'explica degut a les tendències i l'evolució general de la ciutat, així com a determinades dinàmiques pròpies o actuacions clau que s'han realitzat a barris concrets.

La densitat de població és una altre variable que posa de relleu les diferències significatives entre districtes. L'Eixample amb 35 mil habitants per quilòmetre quadrat i Gràcia amb 28 mil, superen àmpliament la densitat mitjana de població de 15.685 hab/km² de la ciutat. Districtes com Sarrià-Sant Gervasi i Sants-Montjuïc es situen molt per sota de la mitjana, amb una densitat d'entre 7 i 8 mil hab/km².

1.2 Aspectes econòmics i sectorials

Barcelona com a capital de Catalunya i principal nucli d'activitat econòmica, representa una peça fonamental en el pes econòmic català amb la generació de més del 30% del PIB (2010), mentre que la seva població representa el 21% del total (2015). En quant a d'altres aspectes econòmics, cal destacar que l'evolució del total d'afiliats a la Seguretat Social ha estat marcada pels problemes d'inestabilitat i crisi econòmica dels darrers anys, situant-se al voltant del milió d'afiliats a la ciutat. Per sectors econòmics, el predominant a la ciutat amb més del 80% del VAB (Valor Afegit Brut) de Barcelona és el de serveis. El sector industrial és el segon sector en importància amb un 16% del VAB, mentre que la construcció se situa al voltant del 7.5%. Dintre del sector de serveis les activitats de l'administració pública i altres representa el 28% del total de serveis. De la resta de serveis cal destacar l'efecte de l'hostaleria amb un 10.3 % VAB (2010), ja que aquesta aporta a més dels efectes directes, els indirectes i induïts. Malauradament a data d'avui, no estan disponibles els càlculs territorialitzats d'aquestes macromagnituds per districtes. Ara bé, tal com ja s'ha mencionat anteriorment la distribució de l'activitat econòmica no és homogènia als diferents districtes i barris.

1.3 L'activitat turística: oferta i demanda turística

La transformació de la ciutat en les darreres dècades s'explica, en part, per la transformació de molts aspectes de la societat. Un d'ells el turisme demostra que vivim en una nova era, una nova manera de comportament i de relació entre les persones. L'activitat turística és un fenomen generalitzat al món, d'ampli abast territorial i amb una alta incidència a la ciutat de Barcelona. La característica més significativa del turisme a la ciutat és la desigual intensitat de les activitats turístiques als diferents territoris. Així doncs, hi han barris i zones en les que la seva intensitat és especialment alta, mentre que hi han altres poc desenvolupats turísticament.

Fent un anàlisi sintètic de l'oferta es poden observar les diferències turístiques entre districtes. Per exemple, els districtes de Ciutat Vella i l'Eixample comptaven amb 120 i 127 hotels respectivament a principis de l'any 2015. Districtes com Nou Barris o Sant Andreu tenien 1 i 2 establiments hotelers respectivament. És a dir, dos tercers parts dels hotels de la ciutat estan localitzats a Ciutat Vella i l'Eixample, mentre que Nou Barris i Sant Andreu tenen una oferta hotelera limitada. Si s'analitzen les places d'aquest hotels per districte, el resultat és molt semblant. Ciutat Vella i l'Eixample concentren el 55% de les places de la ciutat, i Nou Barris i Sant Andreu no sumen conjuntament el 1% de l'oferta de places d'hotels de Barcelona.

Altres allotjaments com els habitatges d'ús turístic, apartaments, plantegen una situació similar. Dels 9.606 apartaments legalitzats a principis de l'any 2015, prop de la meitat, 4.607 estaven localitzats a l'Eixample. Districtes com Nou Barris o Sant Andreu comptaven amb 19 i 69 apartaments respectivament. Val a dir que en la interpretació d'aquestes xifres s'ha de tenir en consideració la quantitat d'HUTs no legals i la restricció de llicències que hi ha hagut al districte de Ciutat Vella en els darrers anys. La resta de formes d'allotjament, com els albergs, també mostren aquesta desigualtat entre districtes.

Una altra activitat fortament vinculada amb el turisme i que a la vegada és un valuós actiu turístic de la ciutat, és la restauració. D'acord amb el cens d'activitats comercials de Barcelona a l'any 2014 hi havia 10.252 restaurants i bars a la ciutat. L'Eixample amb 2.722, Ciutat Vella 1.653 i Sant Martí 1.228 eren els districtes amb un major número d'establiments de restauració. El districte amb menys establiments era Les Corts amb 447 restaurants.

L'activitat comercial és una altra activitat d'especial incidència en el turisme. L'anàlisi d'algunes dades sobre el sector del comerç planteja un escenari semblant. A l'Eixample es localitzen 6.088 establiments dels 24.024 de la ciutat, el que representa una quarta part del total. A Ciutat Vella es troben 3.298 comerços, un 14% del total de Barcelona.

En quant a les activitats culturals, d'oci i entreteniment a la majoria de casos compten amb un alt percentatge de visitants internacionals, amb una notable diversitat de propostes i amb un repartiment heterogeni al territori. En aquest sentit, Ciutat Vella és el districte amb major oferta i demanda cultural de la ciutat. Amb les dades del SICUB 2014, els 23 Museus i centres d'exposicions localitzats a Ciutat Vella van ser visitats per 8.8 milions de persones. Les 12

instal·lacions culturals de l'Eixample van rebre més de 6.6 milions de visitants. Val a dir que del total de visitants un alt percentatge, més del 80%, són internacionals.

En quant al turisme de reunions, a Barcelona s'han configurat un grans pols d'atracció especialitzat a la zona del Fòrum al districte de Sant Martí i dues zones més a Les Corts i Sants-Montjuïc. En aquestes zones ha estat cabdal la presència de grans instal·lacions com el CCIB del Fòrum, el Palau de Congressos de Catalunya de Les Corts i la Fira de Barcelona a Sants-Montjuïc.

Per últim, per tal d'acabar d'analitzar la concentració espacial de les activitats vinculades amb turisme, cal destacar l'alt número de productes turístics que s'ofereixen a les webs d'operadors turístics de la ciutat. En el cas de Turisme de Barcelona, els districtes de Ciutat Vella i l'Eixample concentren una part molt significativa de l'oferta dels seus productes.

1.4 Ciutat Vella

D'entre tots els districtes, Ciutat Vella constitueix en sí mateixa un zona d'especial complexitat. Aspectes com la centralitat històrica i geogràfica, converteixen aquest districte en un territori clau. A més, en aquest districte conflueixen moltes dinàmiques socials i econòmiques com l'alta heterogeneïtat social, la seva considerable densitat de població, els fluxos de visitants, els nous usos de l'espai públic o el turisme que afecten directament al districte. Aquestes afectacions es tradueixen en un districte que requereix molta atenció i gran quantitat de recursos de gestió per part de l'administració municipal.

El districte de Ciutat Vella, compte amb una superfície de 4,4 Km², el 4,5% del total de la ciutat. En aquest districte viu el 6.3% de la població de Barcelona, 102.237 habitants. La població resident té un alt percentatge de població estrangera, 43%, del total. Els nivells de renda familiar dels districtes es situen per sota de la mitjana amb un índex 77 (BCN=100) de renda per càpita.

Al llarg del temps, Ciutat Vella ha estat un territori que ha sofert molts canvis i segurament l'activitat turística ha incidit, en part, en la dinàmica del districte. L'alta concentració d'allotjaments turístics, tant hotels, com HUTs, juntament amb la restauració, els comerços, les activitats i usos turístics (visites turístiques, bicicletes, segways, go-cars, tricicles, entre d'altres), són especialment visibles.

Tot i que des de l'administració municipal s'han posat en marxa mesures, s'han desenvolupat programes específics i s'han fet rellevants inversions, la pressió en els usos del territori generen una confrontació entre les diferents parts. El constant creixement dels turistes i visitants en els darrers anys no ha ajudat, si no que han augmentat les externalitats i impactes al districte.

Darrerament aquesta pressió turística desbordant en determinats espais i moments que es percebia a Ciutat Vella, s'ha anat transmetent a altres zones de la ciutat. Districtes com l'Eixample, la part sud del districte de Gràcia i algunes zones de Sant Martí han absorbit l'augment del número de visitants, a la vegada que s'ha anat generant una augment de les tensions entre els veïns, els turistes i l'Ajuntament en aquesta segona corona d'alta densitat de l'activitat turística.

1.5 La gestió turística dels Districtes

El fenomen turístic té una tendència natural a la concentració espacial. Aquesta concentració de l'activitat turística a la ciutat de Barcelona va ser abordada àmpliament al Pla Estratègic 2010-2015. Tant a la fase d'anàlisi i diagnòsi, com a la fase de les estratègies i propostes, quedava clar el desigual repartiment de l'activitat turística als 10 districtes de la ciutat. En aquest sentit, el mateix pla es qüestionava el sostre i ritme de creixement d'uns districtes i la manca total de relació amb l'activitat turística d'altres. Per aquest motiu, l'estratègia turística definida destacava entre d'altres aspectes:

- Potenciar els barris com a objecte i subjecte turístic, seguint els principis del nou model turístic.

- Aconseguir que els districtes incorporin el vector turístic en la seva dinàmica político-organitzativa.
- Afavorir el repartiment equitatiu dels efectes econòmics i socials del turisme al conjunt de la població.
- Procurar el reequilibri territorial de l'activitat turística.
- Afavorir la descongestió dels espais més saturats pel turisme.
- Introduir nous relats i visions més plurals de Barcelona a fi de crear una representació més integral de la realitat de la ciutat.

Tenint en consideració aquest elements estratègics es va considerar adient posar en marxa un programa d'actuació, el número 2. Programa Barris i Districtes, amb la visió de treballar en el territori i pel territori. Aquest programa tenia un doble objectiu: impulsar la creació d'activitat turística als barris; i treballar en l'àmbit de la gestió i planificació turística a nivell de Districtes, aconseguint que el turisme s'incorpori en la dinàmica político-organitzativa dels mateixos. Així doncs, es van definir dues línies d'actuació, la 0201 La Barcelona dels barris i la 0202 Planificació i gestió del turisme.

1.6 La Barcelona dels barris

El foment de l'activitat turística als barris i districtes de la ciutat impulsant els recursos propis de cada territori com el patrimoni, comerços, mercats, equipaments i activitats d'oci i restauració, ha avançat considerablement des del 2010, any en que es va aprovar el Pla Estratègic de Turisme 2015.

La relació d'accions que s'han desenvolupat en els darrers anys a nivell de districtes i barris és molt àmplia. Sense ànim de fer una relació exhaustiva, i per tal de posar de relleu els esforços dels equips que treballen directament al territori, recollim algunes de les principals accions dutes a terme.

En primer lloc, s'ha treballat amb eixos i associacions comercials, mercats, restauradors, artesans i altres associacions en projectes com els Plans de Comerç de Districte, Barceloneta Cuina, Tast de Sarrià, Hotels amb D.O, Sarrià Districte del Coneixement, Mercat de Mercats, A vista d'Hotel (setmana terrasses), Pinxo-Panxo (Ruta de la tapa Nou Barris, etc.). En la mateixa línia, s'han creat algunes "marques territorials" com Forum District i Poblenou Urban District amb certa notorietat i s'han fet accions de formació, capacitació i empenedoria en el marc de programes de Barcelona Activa com el programa Futurisme als barris.

Paral·lelament, també s'han identificat nous recursos turístics i es va crear una base de dades dels Punts d'Interès Turístic de la ciutat. S'ha fet promoció d'aquest punts d'interès turístic i de productes de barris amb eines com el Nou mapa turístic i campanyes com Descobreix les 10 Barcelones i s'han creat diferents suports d'informació com mapes i rutes.

Durant aquests darrers anys s'ha realitzat un esforç important amb la senyalització turística vertical orientativa per a vianants a la ciutat, així com la disposició d'informacions i senyals interpretatives de nombrosos punts d'interès turístic. S'han creat itineraris als barris com per exemple les rutes turístiques de Sarrià-St. Gervasi, Itinerari Comerços Singulares, Itinerari Jardins Parcs i Vies d'Aigua, Itinerari Nucli Antic, Itinerari Patrimoni Industrial i Arquitectònic, etc.

Finalment, cal destacar que s'han creat, rehabilitat i promocionat nous atractius com el Castell de Torre Baró, el Mirador del Turó de la Rovira, la pl. De les Glòries, Els Nous Encants, els Pavellons Güell de Gaudí, el Palau Güell, etc. amb una clara aposta: posar en valor i fomentar el seu ús tant pels visitants com pels residents. A més, s'han fomentat les experiències de visita amb campanyes de "fer turisme al barri" dels barcelonins amb campanyes i abonaments com Gaudir Més i Barcelona Lovers.

Tot i això, sent crítics amb la finalitat de millorar de cara al futur i esdevenir referents, segur que s'haurien pogut desenvolupar accions més enllà de la creació i promoció de productes enfocats al consum turístic. Accions en àmbits com l'ocupació laboral de proximitat en el sector turístic, el consum de proximitat als barris, així com afavorir la despesa de proximitat dels establiments turístics, no s'han desenvolupat o visibilitzat.

1.7 Planificació i gestió del turisme (barris i districtes)

Sobre el fenomen de desconcentració s'ha discutit molt, i s'han realitzat accions i polítiques de diversa consideració. En totes elles existeix un element comú, la necessitat de planificar, controlar i gestionar millor els efectes de l'activitat turística que afecten al territori. En el cas de Barcelona, la política de desconcentració del centre històric amb problemes concrets de massificació i l'aspiració de reequilibrar el territori portant activitat turística als barris i districtes perifèrics, va promoure una mesura estrella, l'elaboració dels Plans de Turisme de Districtes.

Després de mesos de treball amb una alta implicació dels equips del districte i amb una alta participació dels agents territorials, el 20 de desembre 2013, es va presentar al Consell Plenari la Mesura de Govern "Desconcentració territorial de l'activitat Turística Plans de Turisme de Districte". Aquesta mesura posava de relleu que:

- L'activitat turística és transversal.
- Cada districte és singular i el pla havia de respondre a aquesta singularitat. La diversitat existent entre els perfils turístics dels districtes fa necessari que en cada cas es posi un accent diferent.
- El pla de turisme havia de ser elaborat per l'equip de gestió de cada districte i a partir de la seva experiència i coneixement del territori. Era fonamental que els districtes assumissin també responsabilitats en matèria turística.
- Calia comptar amb l'opinió de persones rellevants de la comunitat.
- L'elaboració dels plans havia de garantir la seva integració en una única estratègia turística de ciutat alhora que permetia el plantejament de programes i accions propis de cada districte.
- Es pretenia configurar un nou mapa turístic de Barcelona on els barris generin el seu propi relat per tal de mostrar la seva identitat i obtenir un millor posicionament en el mapa simbòlic de la destinació Barcelona.

Com a resultat final dels Plans de Districte, el conjunt d'accions proposades és pròpia del districte, però és evident que en aquestes mesures s'havia de coordinar i garantir una coherència global de ciutat. Així doncs, les 54 actuacions van ser agrupades en 6 programes amb actuacions que afectaven al conjunt dels districtes, les denominades accions transversals; i d'altres específiques de cada districte en tant que desenvolupen aspectes concrets del seu Pla de districte. El conjunt de programes i actuacions era:

1. **INFORMACIÓ I DIFUSIÓ.** Amb l'objectiu d'impulsar accions per donar a conèixer els barris i districtes des d'una perspectiva turística i accions com la Declinació Marca Barcelona, Mapa turístic, Agenda Turística, Apps, Web bcn/cat, Senyalització turística, Informació xarxa transport públic, Espais informació / interpretació per a visitants.

2. **DESENVOLUPAMENT DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA.** Amb l'objectiu de posar en valor els atractius i recursos potencials del territori, afavorint el desenvolupament i creació de producte turístic i accions com Història i memòria, i accions com Cultura popular, Patrimoni arquitectònic, Patrimoni industrial, Innovació, creativitat, disseny, Música i arts escèniques, Patrimoni natural-Parcs i Jardins, Comerç, Gastronomia, Destinació Esportiva, Espais per a actes i esdeveniments, Turisme familiar i d'oci, Cinema, Projectes entre districtes.

3. **PROJECTES TERRITORIALS ESTRATÈGICS.** Amb l'objectiu d'incorporar la vessant turística en els projectes clau per a la desconcentració, i actuacions com Node Glòries, La Sagrera, Sant Pau, recinte modernista, Sant Pau del Camp, Paral·lel, Rambla, Platges de Barcelona, Fòrum, Park Güell, Montjuïc, Sarrà, Districte de coneixement, Collserola/Tibidabo, Tres Turons, Horta-Guinardó, el relat del territori, Eix Cívic Passeig de Sant Joan, Node Passeig Gràcia, Eix Meridiana Can Dragó (Nova Barcelona - Nou Barris), El Born.

4. **ORDENACIÓ I REGULACIÓ.** Amb l'objectiu d'establir les normatives per tal de minimitzar els efectes de l'activitat turística i vetllar pel seu compliment i accions com Plans d'Usos, Inspecció i control d'allotjaments turístics, Regulació de botigues souvenirs, Mobilitat Turística.

5. FOMENT ACTIVITAT ECONÒMICA. Amb l'objectiu de fomentar l'activitat turística com a generadora d'activitat econòmica i ocupació i accions com Atracció d'inversions, Foment de l'emprenedoria.

6. GESTIÓ TURÍSTICA. Amb l'objectiu de potenciar les estructures administratives necessàries i actuacions com Ponència Turisme i ciutat, Grup de Treball Implementació Plans de Turisme, Taules co-responsabilitat, Gestió turística del Districte, Taules de coordinació amb operadors i agents turístics, Comissions de participació ciutadana, Formació per a tècnics de districte, Sensibilització i conciliació.

Evidentment que aquesta ambició i amplitud dels plans de turisme de districte va col·locar el turisme al centre de moltes decisions que es prenen a nivell de districte i van promoure al turisme a ser un element notori a les taules de gestió de l'Ajuntament.

L'aprovació dels plans de turisme de districtes, com a eina de planificació i desenvolupament ha estat una peça important del desenvolupament turístic de Barcelona i ha generat una dinàmica de treball diferent, com per exemple la constitució i seguiments dels grups d'implementació dels Plans de Turisme de Districte, l'elaboració d'un sistema de seguiment del grau de progrés, així com la identificació de recursos turístics als barris. A més, en el decurs del temps s'han establert els mecanismes de coordinació entre els diversos tècnics i responsables de cada districte mitjançant reunions periòdiques de coordinació entre el sector i els districtes, així com la celebració de jornades de treball i de formació en temes de turisme.

Ara bé, més enllà dels Plans de turisme de districte, a dia d'avui, el turisme està introduït com un element més en les estructures de planificació dels districtes, està garantida la presència del turisme en els diversos contextos i marcs de presa de decisions del districte, i les funcions i responsabilitats relacionades amb turisme compten als districtes amb la figura del responsable tècnic en turisme. El turisme ha participat i participa en els diversos plans que s'elaboren en l'àmbit dels districtes com per exemple als PAD, Plans de barris, plans especials d'usos o d'ordenació, control i inspecció de les activitats turístiques, etc.

1.8 Consideracions per a la reflexió

Com a grans consideracions podem afirmar que el desenvolupament turístic de barris i districtes ha estat molt important. Les actuacions en matèria turística del programa de 02. Barris i Districtes del Pla Estratègic 2015 que s'han realitzat han estat nombroses. Aquest programa ha centrat moltes actuacions desenvolupades durant el temps de vigència del passat pla estratègic. Per una banda, s'observa que s'ha treballat molt en la promoció i creació de productes de caràcter local, barris i districtes, i per l'altra s'ha planificat i gestionat el turisme a escala de barris i districtes.

Conseqüentment, els barris i districtes han estat la línia de treball més destacable del Pla Estratègic 2015 en el seu àmbit de la destinació Barcelona i dels temes territorials. I la Mesura de Desconcentració territorial de l'activitat Turística Plans de Turisme de Districte, la principal actuació.

Cadascun dels plans donen resposta a moltes de les necessitats de cada territori, a la vegada que creen un paraigües molt ampli per a la implementació d'actuacions als districtes. No obstant això, després d'aquest temps continuem veient una alta concentració de l'oferta d'allotjament turístic als districtes centrals. Val a dir, que aquesta concentració en termes relatius encara era més accentuada abans. El creixement continuat del nombre de turistes i l'aparició de nous fenòmens turístics com els HUTs, altres tipologies d'allotjament, economia col·laborativa, etc. han pogut influir en la situació actual.

Ara bé, hem d'assenyalar que certes zones de la ciutat continuen amb un alt grau de dependència d'activitats, com per exemple el comerç i la restauració (eixos com el Passeig de Gràcia serien molt diferents sense el turisme), i també determinats equipaments culturals, ja que els ingressos del turisme en sentit ampli constitueixen la seva base de finançament.

L'activitat turística continua provocant situacions puntuals de massificació i externalitats, fet que se sol traduir en malestars veïnals, problemes de convivència turista/resident i, fins i tot, rebuig i incomprensió de l'activitat turística per una part dels residents.

2 Grup de Treball dels Districtes

Per iniciar el procés de diàleg i reflexió sobre els districtes, es va realitzar una sessió monogràfica sobre aquests en el marc del procés del Pla Estratègic de Turisme 2020. Aquesta sessió es va realitzar el 20.04.2016, amb una duració de 3 hores. A la sessió van participar representants tècnics dels districtes, un per districte, així com un grup de representants del departament de turisme de l'Ajuntament.

La realització d'aquest Grup de Treball va tenir una doble finalitat molt clara. Per una part obrir un espai de diàleg i reflexió sobre l'oportunitat que suposa pels districtes el turisme, i per altre, de quina manera s'ha de continuar planificant i gestionant les activitats als districtes i barris de la ciutat turisme i ciutat. Per tal d'incentivar el debat i escoltar les diferents visions dels participants a la sessió es van plantejar 6 qüestions de partida.

2.1 Qüestions a debat

- Quin rol poden jugar els districtes en la configuració de la destinació Barcelona?
- Creieu que cal un tractament diferenciat entre els districtes amb més visitants dels menys visitats? Quins podrien ser els aspectes compartits i quins els diferencials?
- Quin és el futur dels Plans de Turisme de districte? S'hauria de fer més èmfasi en la promoció i generació de productes o també incidir en la gestió dels efectes de l'activitat turística?
- Què s'hauria de fer perquè el turisme contribuís al benestar econòmic i social dels residents dels districtes?
- Quines polítiques, instruments i mecanismes podrien reduir la confrontació existent en alguns barris entre visitants i residents?
- Quines mesures s'haurien d'aplicar per que els districtes afrontin amb garanties el futur turístic que ens imaginem?

Un cop realitzada la sessió, es va realitzar un acta/resum de la participació de tots els assistents, així com les principals opinions sobre els temes debatuts. El valor de les aportacions dels participants, juntament amb l'anàlisi de la situació de partida ha estat de gran rellevància per a l'elaboració d'aquesta diagnosi del turisme als districtes.

3 Síntesi i conclusions

Cadascun dels 10 districtes de la ciutat compte amb particularitats i especificitats. Per aquest motiu els punts de partida i les necessitats reals de cadascun d'ells són molt diferents. En un entorn complex, com és la ciutat, no existeixen solucions fàcils. Les solucions passen per polítiques clares adaptades a la realitat de cada moment, i una gestió plantejada i desenvolupada des de les unitats tècniques de cada districte.

A dia d'avui, el turisme a la ciutat és una realitat consolidada que genera activitat econòmica, però que no està lliure de desequilibris. A alguns districtes les activitats turístiques són una realitat fefaent, mentre que en altres és encara una activitat incipient. Històricament Ciutat Vella per les seves condicions geogràfiques, patrimonials, socials, etc. ha estat el nucli central de les visites i activitats turístiques. Aquestes activitats han desenvolupat un gran node de concentració d'oferta i demanda turística i de visitants. Aquesta concentració d'oferta juntament amb l'increment de turistes, demanda, han generat problemes de massificació en certs espais. La intensificació de la massificació ha produït problemes de gestió i cert rebuig social envers els turistes. Determinades mesures de limitació i planificació han pal·liat, només en part, les externalitats.

De la saturació de Ciutat Vella, s'ha passat a una nova situació més complexa. Els problemes de massificació i gestió s'han estès a una segona corona d'activitat turística, afectant l'Eixample i zones de Gràcia, Sants-Montjuïc i Sant Martí. Si en el passat una de les grans prioritats i a la vegada un repte era Ciutat Vella, actualment altres districtes com els tres anteriors tenen grans necessitats especials de gestió dels efectes del turisme.

A partir de les estratègies territorials de turisme dissenyades al Pla Estratègic 2015 s'ha fet molta feina. La potenciació dels barris i districtes com a estratègia de desconcentració ha donat alguns resultats positius. Entre les moltes actuacions posades en marxa cal destacar la creació i adaptació de les estructures de gestió de l'Ajuntament als reptes que genera la realitat del turisme urbà a la ciutat. Un altra actuació molt significativa va ser l'elaboració dels plans de turisme de districte amb una clara aposta per potenciar el turisme als barris. Aquesta actuació va crear el nou mapa turístic de la ciutat, nous arguments de venda, nous productes, nous punts d'interès i els elements de suport per incentivar la visita turística.

Tot i això, actualment l'activitat turística encara no ha arribat al repartiment equitatiu dels efectes econòmics i socials del turisme al conjunt de la població. En aquest punt segurament s'haurà de millorar de cara al futur, procurant un major reequilibri territorial de l'activitat turística, així com la millora de gestió dels efectes i externalitats generats pel turisme.

Un altre element que encara té camp de millora és la introducció de nous relats i visions més plurals de Barcelona a fi de crear una representació més integral de la realitat de la ciutat i on els districtes i barris poden ajudar molt. Cada vegada més els turistes volen experimentar la ciutat real, la de la gent que hi viu, la comunitat local. Per la seva part els residents haurien de veure les oportunitats que s'obren amb els turistes i visitants. Es pot aprofitar la força del turisme per recuperar espais ciutadans, per contribuir econòmicament i plantejar-los com a espais relacionals i d'intercanvi entre els residents i els visitants.

Els escenaris tendencials de futur auguren un increment del número de turistes, internacionals i interns, així com un augment de la mobilitat de les persones que es traduirà en un increment dels visitants. En aquest creixement s'han de tenir en consideració elements geopolítics com la inestabilitat de destinacions a zones com la mediterrània o la inseguretats produïda pel terrorisme, fets que, de moment, han estimulat l'arribada de turistes a Barcelona. Tot i això, el futur del món i dels països de l'entorn de la Mediterrània no està exempt d'incerteses.

Aquest creixement de demanda també va lligat a un major interès de les ciutats com a espais de visita, oci i entreteniment per part dels consumidors. En aquest sentit, és clau la gestió en majúscules dels efectes del turisme i l'oci. Aprofitant la reflexió estratègica d'aquest Pla 2020, es podria parlar d'una nova etapa de gestió turística. Una etapa amb un nou enfocament centrat en la ciutat. Els pilars més importants i prioritaris d'aquesta nova etapa serien abordar de manera directa el control dels allotjaments il·legals, el control i seguiment de llicències, les millores de les eines de gestió territorial, la millora dels indicadors de gestió de fluxos i de mobilitat, ... Un altre element que resultarà clau de cara al futur és la comunicació i informació positiva sobre el turisme. El sentiment de turismofòbia està afectant a una part de la població que "pateix" les externalitats del turisme i no rep els efectes positius del mateix. Hi han moltes oportunitats de generar un missatge comunicatiu positiu sobre el turisme (les oportunitats territorials, les noves possibilitats de finançament, l'aportació econòmica, ...) i molt pedagògic.

Per últim, i molt important en aquest marc de reflexió que és el Pla Estratègic 2020, caldrà fer una revisió de les necessitats dels districtes. Si els Plans de Turisme de Districte, tal com semblen, són eines de gestió positives, val la pena donar-los continuïtat. Aquesta continuïtat passaria per una revisió dels 10 plans, tenint en compta la situació actual. Serà clau prioritzar la gestió d'efectes i no tant la promoció; treballar la diversitat dels districtes i no la homogeneïtzació; i desenvolupar molt de treball amb els agents del territori a partir de les unitats de gestió i els tècnics especialitzats dels districtes. Alternativament, es podria plantejar integrar la revisió de les necessitats turístiques de cada districte en eines de planificació i gestió com els plans de barris o plans territorials integrals.

Jordi Moll, relator