



Acta de l'espai de treball:

RELACIÓ DEL SECTOR PRIVAT AMB L'ADMINISTRACIÓ

Dia: 20 maig 2016

Lloc: Espai Barcelona (Media TIC)

Hora: 10:00h

Relator

Sr. Ángel Díaz

Assistents

Sr. Juan Julià	Axel Hotels – Axel Corp
Sr. Jaume León	Tu i Lleida
Sr. Josep Anton Rojas	Turisme de Barcelona
Sra. Anna Sánchez	Diputació de Barcelona
Sr. Xavier Suñol	Ajuntament de Barcelona
Sr. Christoph Tessmar	Turisme de Barcelona
Sr. Ignasi Uñó	Twentytú Hi-Tech Hostel
Sr. Francesc Vila	Diputació de Barcelona

Oficina Pla Estratègic de Turisme

Sr. Albert Arias

Sr. Joan Casals (Momentum^{co})

Sr. Jordi Moll



Desenvolupament de la sessió

La sessió s'inicia amb unes paraules de benvinguda del Sr. Albert Arias, responsable del Pla Estratègic de Turisme 2020 de la ciutat de Barcelona en les que agraeix l'assistència a l'espai de treball i emmarca la reunió dins el procés d'elaboració del Pla Estratègic, fent èmfasi en que ens trobem en la fase de diagnosi.

Posteriorment, el Sr. Joan Casals, de l'equip Momentum^{co} explica la dinàmica de la sessió que consisteix en:

1. Presentació breu i inspiradora per part del relator, el Sr. Ángel Díaz, per tal d'aportar el seu punt de vista sobre l'estat de la qüestió i llençar preguntes per estructurar el debat.
2. Debat obert entre els participants
3. Repartiment als participants i complementació per part d'aquests d'unes fitxes de prioritats per tal de recollir, a la vista del debat generat, aquells aspectes que cadascú considera més rellevants a tenir en compte de cara a l'elaboració de la relatoria del diagnosi sobre el tema en concret.



Principals idees aportades

A. MODERNITZAR CANALS D'INTERLOCUCIÓ

- A.1 La interlocució del sector privat amb l'administració és duta a terme per organitzacions empresarials clàssiques amb lideratges molt estàtics, de manera que part dels nous actors innovadors no se senten representats, ni ells, ni els seus interessos.
- A.2 Necessitat de cercar nous canals de comunicació, més enllà dels formals, entre l'administració i els agents privats, especialment dirigits a aquells amb idees i projectes innovadors.

B. TREBALL MÉS CONJUNT I COMUNICACIÓ MÉS FLUÏDA

- B.1 Millorar la comunicació entre els sectors públic i privat, fomentant la proactivitat i l'explicació de les accions que estan previstes o en marxa i, sobretot, identificant un interlocutor clar per part de l'administració.
- B.2 Al sector privat, responsable de la dinamització, comercialització i promoció de l'activitat turística, li falta sovint visió global de ciutat i certa proactivitat.
- B.3 Necessitat de treball més conjunt entre administració, sector privat i ciutadania, construint un relat comú, realista i coherent sobre el turisme i la seva relació amb la ciutat.

C. ROL I POSICIONAMENT DE L'ADMINISTRACIÓ

- C.1 Definir el rol que ha de jugar l'administració en l'àmbit turístic respecte al sector privat: lideratge? Tutela? Co-lideratge?
- C.2 Posicionament clar de l'administració respecte al turisme i decisió i atreviment en l'impuls d'accions.

D. MARC NORMATIU ADAPTABLE A LES NOVES REALITATS

- D.1 Establiment d'un marc normatiu àgil, flexible i adaptatiu a les noves realitats, que reguli les activitats potenciant aquelles que aporten impactes positius a la ciutat.



Principals idees aportades

A. MODERNITZAR CANALS D'INTERLOCUCIÓ

A.1 La interlocució del sector privat amb l'administració és duta a terme per organitzacions empresarials clàssiques amb lideratges molt estàtics, de manera que part dels nous actors innovadors no se senten representats, ni ells, ni els seus interessos.

- Representants del sector privat poc identificats amb nova economia.
- Part del sector privat no se sent representat per les organitzacions empresarials actuals.
- Rigidesa i "antiguitat" a la representació sectorial privada.
- Un tutelatge més actiu per part de l'Administració per a fomentar que els interlocutors privats siguin adequats amb la nova situació turística.
- Recomposició dels sectors privats i la seva representació.
- L'activitat turística és per definició innovadora, les seves organitzacions empresarials no ho són.
- Representativitat del sector privat per esdevenir interlocutor vàlid.
- Les associacions empresarials són monolítiques i mantenen els mateixos representants de sempre.
- El sector públic ha d'ajudar a modificar la representativitat de les organitzacions empresarials, si aquestes no canvien per sí soles.
- L'administració té poc a dir respecte a la representativitat del sector privat, escollit segons els seus propis mecanismes de governança.

A.2 Necessitat de cercar nous canals de comunicació, més enllà dels formals, entre l'administració i els agents privats, especialment dirigits a aquells amb idees i projectes innovadors.

- Crear millors línies de comunicació sector públic i privat per compartir iniciatives i propostes, més enllà del canal formal associatiu.
- L'Administració hauria de trobar canals per a la interlocució amb sectors empresarials no representats, o no associats.
- Com fer funcionals els canals "informals".
- Les empreses innovadores no tenen canals de comunicació amb l'administració, ja que no es troben representades per les organitzacions empresarials clàssiques.
- No existeix un teixit associatiu per a nous sector / activitats empresarials emergents, sinó molta fragmentació.
- Cerca d'altres lideratges "informals": emprenedors, empreses innovadores, ...



B. TREBALL MÉS CONJUNT I COMUNICACIÓ MÉS FLUÏDA

B.1 Millorar la comunicació entre els sectors públic i privat, fomentant la proactivitat i l'explicació de les accions que estan previstes o en marxa i, sobretot, identificant un interlocutor clar per part de l'administració.

- Comunicació de qualitat, des de l'Administració cap al sector (diversificant interlocutors a diferents nivells) i cap als residents.
- Actualment existeixen dificultats d'interlocució amb l'administració per part d'actors privats.
- Proactivitat amable, us prepotència i supèrbia
- Una finestra única per als empresaris? Després l'administració ja derivarà cap al departament corresponent (mobilitat, urbanisme, ...).
- Donar a conèixer el que s'està fent i el posicionament de l'administració.
- Més comunicació i menys imposició.
- Millor comunicació amb l'administració / sector públic. Serà l'Administració més accessible?

B.2 Al sector privat, responsable de la dinamització, comercialització i promoció de l'activitat turística, li falta sovint visió global de ciutat i certa proactivitat.

- Cal més visió global i de ciutat, per part dels sectors empresarials.
- El sector privat ha de jugar un rol de dinamitzador, comercialització i promoció.
- L'esforç privat és el principal responsable que Barcelona sigui actualment una destinació turística d'èxit, pel que fa la seva capacitat d'atracció.
- Des del sector privat, entendre que els allotjaments poden arribar a esdevenir equipaments privats dels quals se'n puguin beneficiar els veïns.
- Els empresaris necessiten més proactivitat per a fer ciutat → generar un model propi.

B.3 Necessitat de treball més conjunt entre administració, sector privat i ciutadania, construint un relat comú, realista i coherent sobre el turisme i la seva relació amb la ciutat

- Ajuntament, institucions, ciutadans, empresaris = totes per Barcelona.
- La realitat actual és triangular, cal tenir en compte la ciutadania en la governança.
- Millorar les relacions amb els mitjans de comunicació i construir conjuntament (sector públic + privat) un missatge coherent i positiu sobre el turisme a la ciutat, plantejant propostes i basant-se en fets objectius.
- Visió a 10 anys: tot varia molt ràpid.



C. ROL I POSICIONAMENT DE L'ADMINISTRACIÓ

C.1 Definir el rol que ha de jugar l'administració en l'àmbit turístic respecte al sector privat: lideratge? Tutela? Co-lideratge?

- Relació de tutela, no de lideratge per part de l'Administració.
- Lideratges complementaris entre sector públic i privat.
- El sector públic ha de jugar un rol d'ordenació, planificació, regulador. El sector públic va a un ritme massa lent per liderar.
- El sector públic és vist només com a una font de finançament, però pot aportar molt més (informació, coneixement, tècnics, ...)
- Tutela pels privats i regles d'actuació clares. L'Administració ha de posar els marcs.
- L'administració sol treballar a una velocitat que no respon a les necessitats del sector privat.
- Definir el paper que s'assigna a l'administració (tutela/lideratge?) com a les associacions empresarials (nous representants?) en la definició de les estratègies turístiques de la ciutat.

C.2 Posicionament clar de l'administració respecte al turisme i decisió i atreviment en l'impuls d'accions.

- Des de l'Administració, més decisió i entendre els beneficis que poden revertir cap a sector social.
- Falta decisió i atreviment per part de l'administració.
- Dur a terme accions que ja estiguin contemplades en altres plans, estudis, etc. turístics.
- Ésser molt conscient de l'impacte de qualsevol decisió.
- Posicionament clar per part de l'Administració en referència al turisme. Quins són els objectius? Quina intenció hi ha sobre el sector privat, hi haurà diàlegs? Col·laboració?



D. MARC NORMATIU ADAPTABLE A LES NOVES REALITATS

D.1 Establiment d'un marc normatiu àgil, flexible i adaptatiu a les noves realitats, que reguli les activitats potenciant aquelles que aporten impactes positius a la ciutat.

- Adaptació de la normativa per a les noves formes d'entendre el turisme, des de la inclusió de la ciutadania als establiments turístics (especialment establiments d'allotjaments).
- Capacitat d'adaptar les normatives existents a punts estratègics.
- Buscar certa flexibilitat normativa per tal de poder impulsar activitats que generin activitat econòmica.
- Administració “amb ...” i no “contra”.
- Avançar cap a una normativa que no prohibeixi activitats que siguin positives per a la ciutat.
- Més flexibilitat, o capacitat d'adaptació a nous models (normativa, tributari).
- Quan surten noves iniciatives que no estan contemplades en el marc regulador existent, cal agilitat per plantejar com abordar-les i regular-les.