



Estratègia Territorial de Gestió Turística – ETGT

Document de treball

Consell de Turisme i Ciutat

Abril del 2018

Direcció de Turisme

Gerència de Turisme, Comerç i Mercats

Índex

1.	Introducció, objectius i metodologia.....	3
1.1.	Objectius	4
1.2.	Temàtiques.....	Error! No s'ha definit el marcador.
1.3.	Metodologia	Error! No s'ha definit el marcador.
2.	ETGT. Escala Districte.....	6
2.1.	Ciutat Vella	7
2.2.	Eixample	8
2.3.	Sants - Montjuic	9
2.4.	Les Corts	10
2.5.	Sarrià – Sant Gervasi	11
2.6.	Gràcia	12
2.7.	Horta - Guinardó	13
2.8.	Nou Barris.....	14
2.9.	Sant Andreu.....	15
2.10.	Sant Martí.....	16

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 ubíqua 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 el caràcter hegemònic del turisme en 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.

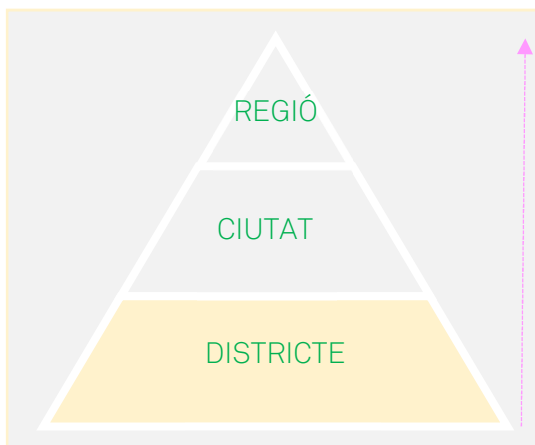
2. Promoure una gestió integrada

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. La promoció segueix essent un tema clau, però no l'únic. 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.

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.

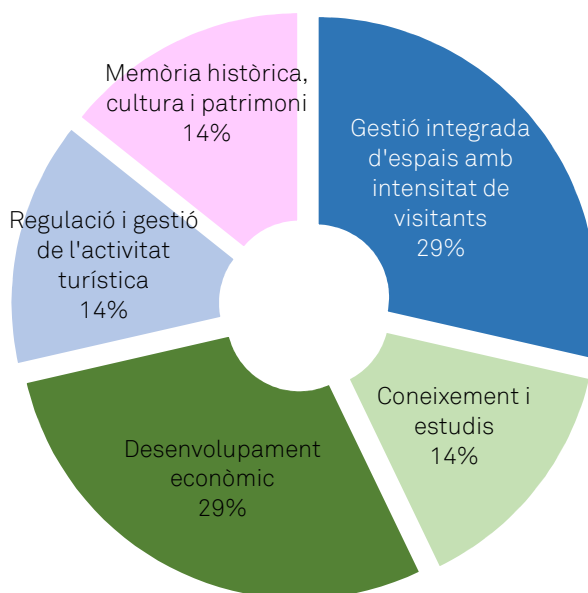
A continuació es presenten de forma sintètica les línies estratègiques per cadascun dels deu districtes de Barcelona així com també una agrupació de les mesures en grans àmbits per mostrar la pluralitat de les actuacions previstes.

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 les 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:

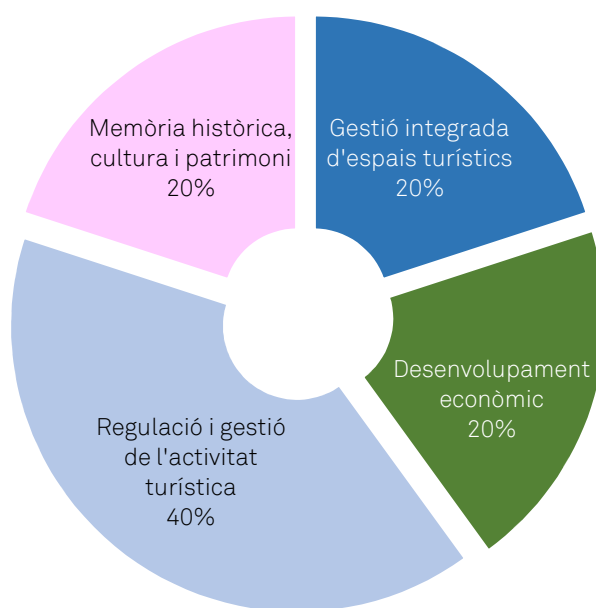


2.2. EIXAMPLE

- 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 motius turístics.

5 línies estratègiques

16 mesures, estructurades en:



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:

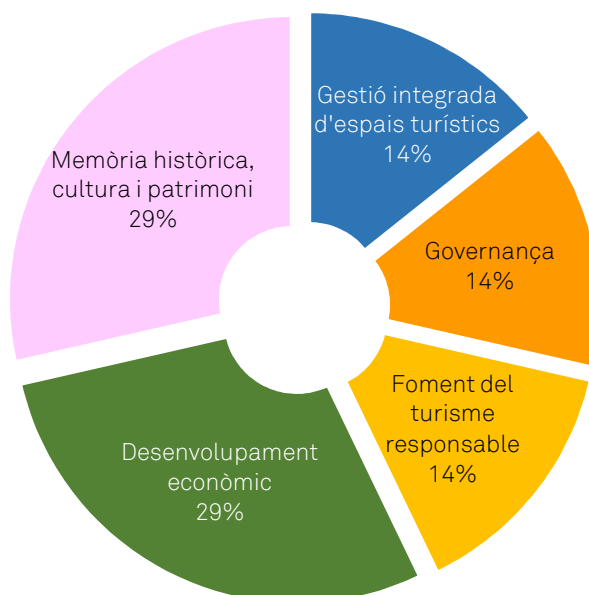


2.4. LES CORTS

- 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.
- 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:

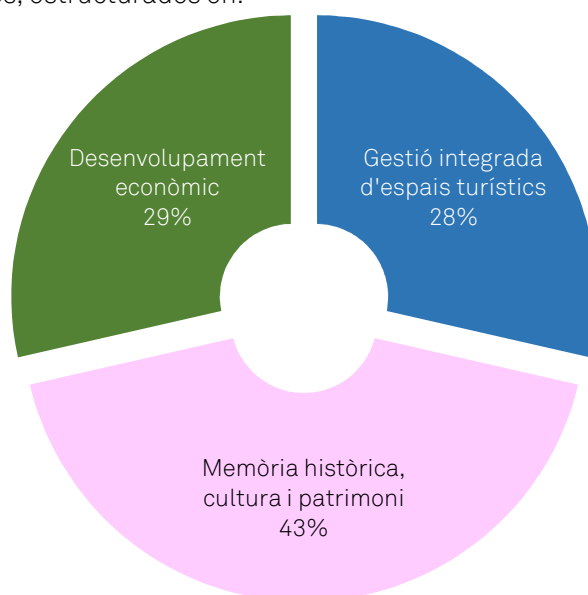


2.5. SARRIÀ – SANT GERVASI

- 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:

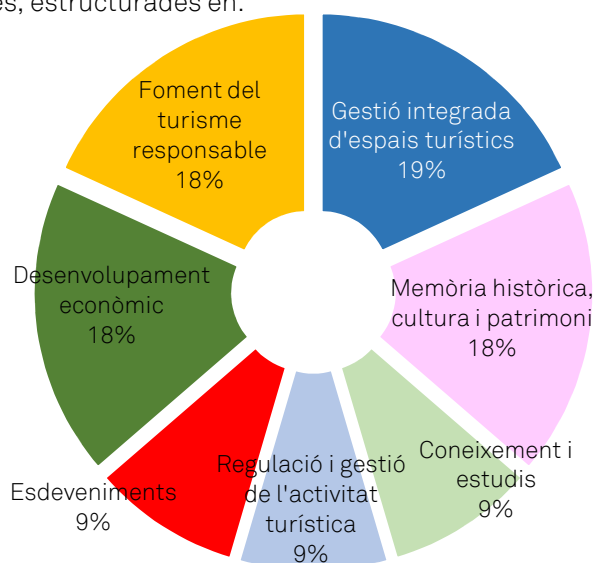


2.6. GRÀCIA

- 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:

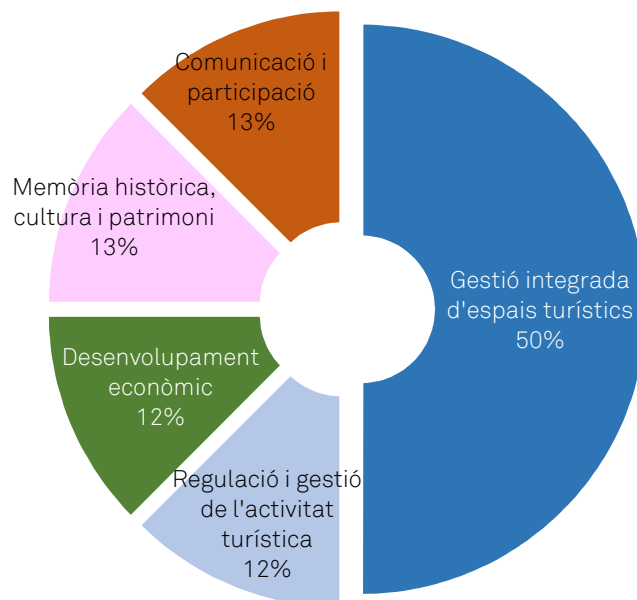


2.7. HORTA – GUINARDÓ

- 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:

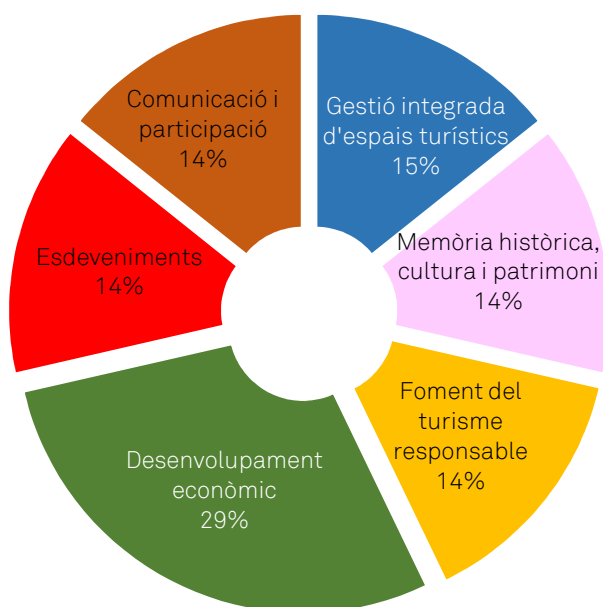


2.8. NOU BARRIS

- 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:

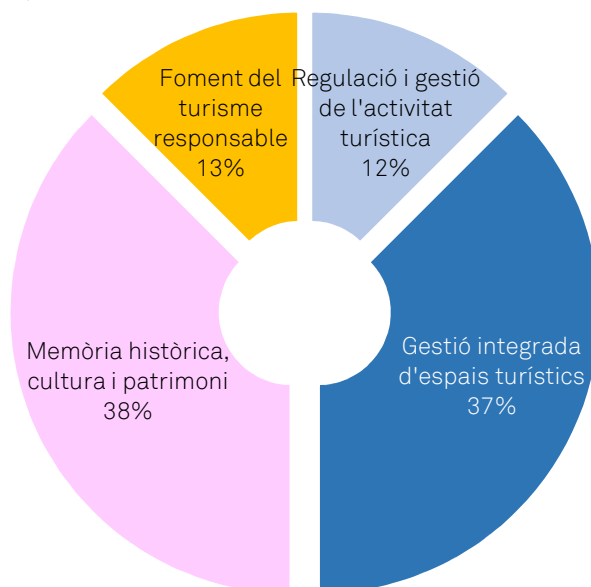


2.9. SANT ANDREU

- 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:



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:



