

## **Barcelona invertirà 1M€ en donar a conèixer Catalunya i els productes catalans al turisme**

**El programa ‘Barcelona capital’ pretén donar a conèixer els productes catalans com l’oli i el vi als visitants que pernocten a la ciutat i fer-ho de la mà dels productors i del conjunt del sector**

**Només un 8,8% dels turistes que dormen a Barcelona fan excursions fora de la ciutat i d’entre aquests la gran majoria ho fa sense sortir de la demarcació de Barcelona**

**El projecte parteix d’una proposta impulsada pel grup municipal d’ERC, aprovada al Plenari i acordada als pressupostos del 2026**

**Barcelona, 19 de febrer 2026.-** L’Ajuntament de Barcelona destinarà 1 milió d’euros al programa ‘Barcelona capital’, una iniciativa impulsada pel grup municipal d’ERC que compta amb el suport del sector i dels productors primaris per tal de millorar la connexió dels i les turistes que pernocten a la ciutat amb el conjunt de Catalunya. El programa, que té diferents projectes i que desenvoluparà tècnicament el Consorci Turisme de Barcelona, pretén fer créixer el coneixement que tenen les persones que visiten Barcelona dels productes gastronòmics i enològics del territori.



La proposta arriba després que s’hagi constatat que només un 8,8% dels turistes que dormen a la ciutat fan alguna visita fora del municipi i, d’entre ells, la pràctica totalitat ho fa sense sortir de la regió de Barcelona. A més a més, amb el programa ‘Barcelona capital’ també es busca que s’incrementi el consum de productes locals per la seva part. El perfil d’aquests turistes és sobretot el d’una persona de més de 55 anys que prové dels Estats Units o de França i que viatja per motius personals més que no pas d’oci o professionals.

El tinent d’alcaldia d’Economia, Habitatge, Hisenda i Turisme, **Jordi Valls**, ha assegurat que aquest programa busca “millorar la distribució territorial del turisme i, per tant, també el retorn econòmic que aquest pot generar sobre el conjunt del territori, més enllà de la ciutat de Barcelona, i ampliar també les oportunitats de connectar aquesta demanda amb el sector productiu del país, estimulant el consum de productes locals i la seva gastronomia”.

"Avui, gràcies a ERC, fem un pas decisiu, una aposta per tornar a ser capital. Per primer cop Barcelona vendrà el bo i millor de Catalunya, des de la capital. Fem una aposta clara per divulgar el patrimoni, la cultura i la gastronomia catalana als nostres visitants", ha assenyalat per la seva banda la presidenta del grup municipal d’ERC a l’Ajuntament de Barcelona, **Elisenda Alamany**.



El director general del Consorci de Turisme de Barcelona, **Mateu Hernández**, ha apuntat que “Barcelona és la capital d’un país, amb una cultura viva, arrelada que projecta futur. Dels 16 milions de turistes que pernocten a Barcelona un 8,8% visita algun lloc de la resta de Catalunya.

Una gran part dels que van visitar la ciutat diuen que coneixen el català i 1 de cada 3 assegura que ha après alguna paraula durant la seva estada. Tenim una gran oportunitat per compartir qui som, quina llengua parlem, quina gastronomia tenim i quines tradicions ens fan especials. El millor turisme és aquell que ve per qui som i què fem”, ha reblat.

L’objectiu del programa passa per afavorir una millor distribució dels fluxos turístics, tot incentivant estades fora de la ciutat. Addicionalment, d’aquesta manera es potencia la identitat cultural de la ciutat i la seva connexió amb el territori, s’incrementen els elements atractius del turisme de Barcelona, millora la promoció de la gastronomia i, en última instància, s’impulsa la redistribució dels beneficis turístics amb d’altres territoris i sectors econòmics.

La iniciativa comptarà amb tres projectes diferenciats que es desenvoluparan de manera simultània. Per una banda, i gràcies a la col·laboració del Consorci Turisme de Barcelona que ho difondrà amb la nova plataforma web ‘This is Barcelona’, es crearà un catàleg d’excursions des de la ciutat a diferents punts del territori català. Aquestes propostes es basaran en criteris de qualitat, dispersió territorial i diversitat temàtica i seran curosament preparades i treballades amb els diversos patronats turístics arreu del territori.

Sobre aquest punt, cal recordar la trobada tècnica que van mantenir un mes enrere a l’Ajuntament de Barcelona el comissionat per la Gestió del Turisme Sostenible, José Antonio Donaire, amb representants del Patronat de Turisme de la Costa Brava, el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, i dels Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona. La trobada va servir per constatar el marge de millora existent per millorar la connexió del turisme que rep la capital catalana amb els elements identitaris del país i vincular de forma més efectiva Barcelona amb la resta de Catalunya.

A banda d’aquest catàleg d’excursions, ‘Barcelona capital’ pretén posar sobre la taula campanyes gastronòmiques específiques que posin en valor productes del territori que coincideixin amb els productes de temporada. Així doncs, de forma periòdica i amb la participació d’hotels i restaurants, es posarà el focus en un producte local determinat que serveixi com a mostra de la diversitat de productes existent.

Per últim, i com a element complementari, en aquesta primera edició es vol desenvolupar una estratègia concreta per a la promoció del vi i l’oli enfocada principalment al turisme professional i l’anomenat sector MICE (acrònim en anglès de Meetings, Incentives, Conferences i Exhibitions) que visita la ciutat. En col·laboració amb l’Institut Català de la Vinya i el Vi (INCAVI) i amb la col·laboració del Gremi d’Hotels, l’objectiu serà donar a conèixer la diversitat de vins catalans existent.