

# El Consorci de Turisme: la marca Barcelona en mans privades

El Consorci de Turisme és un actor clau en la promoció de la marca Barcelona. Aquest organisme té participació de l'Ajuntament, però és el sector privat –a través de la Cambra de Comerç i de la Fundació Barcelona Promoció– qui té majoria en els òrgans de govern. El 90% dels ingressos del Consorci provenen de la venda de serveis turístics. Però també rep recursos públics: el 2017, el consistori té previst aportar-hi més de 5 milions d'euros, la majoria dels quals provenen de la taxa turística, i la Diputació, 320.000 euros més. Els col·lectius veïnals es mostren crítics amb el fet que aquest impost es destini a promocionar una ciutat “que ja no pot assumir més turistes”.

Text: Laura Aznar / Roger Palà. Foto: ACN

El Consorci de Turisme de Barcelona va ser creat el 1993 per l'Ajuntament de Barcelona, la Cambra de Comerç i la Fundació Barcelona Promoció, una entitat impulsada en el seu inici per la mateixa Cambra. El seu objectiu és promoure i fomentar el turisme i el comerç a la ciutat. El debat actual sobre el model turístic ha situat la gestió del Consorci a l'ull de l'huracà. Els col·lectius veïnals, com la FAVB o l'Assemblea de Barris per un Turisme Sostenible (ABTS), reclamen amb urgència que s'iniciï un procés de “decreixement turístic”, el qual, creuen, xoca amb l'essència de l'entitat. També qüestionen la mateixa existència del Consorci, perquè entenen que un ens que es finança, en part, amb recursos públics, hauria de tenir una gestió totalment pública. Per contra, els representants del Consorci i de l'Ajuntament de Barcelona destaquen l'“eficiència” del model publicoprivat i coincideixen que el tipus de promoció que desenvolupen “està alineada amb els interessos de la ciutat”.

El pes del sector privat dins el Consorci és majoritari. L'Ajuntament hi té una representació del 45%, però l'altre 55% se'l reparteixen entre la Cambra de Comerç (45%) i la Fundació Barcelona Promoció (10%). Quan el Consorci es va crear, disposava d'un pressupost inicial equivalent a 4 milions d'euros, que provenien dels recursos heretats de l'activitat prèvia del Patronat Municipal de Turisme de Barcelona, i de les aportacions que hi van realitzar, a parts iguals, el Consistori i la Cambra.

En l'actualitat, però, les inversions dels dos ens són molt diferents: en el darrer pressupost del 2017, el Consistori ha previst invertir-hi 5,1 milions d'euros, dels quals 4 milions provenen directament de la recaptació de l'impost sobre estades turístiques, que representa gairebé 4 milions. D'altra banda, a la inversió pública s'hi afegeixen també els 320.000 euros que aquest any té previst injectar-hi la Diputació de Barcelona. En canvi, la Cambra de Comerç hi aporta només 12.000 euros.

## Agustí Colom: “La Cambra hauria d’equilibrar les seves aportacions”

Tanmateix, dins de les inversions privades també s’hi han de comptabilitzar les quotes de les 1.000 empreses associades al Consorci, que sobrepassen els 2 milions d’euros. Tot i això, **les aportacions de les entitats públiques representen més del doble** que les aportacions de les entitats i empreses privades. Agustí Colom, regidor d’Ocupació, Empresa i Turisme de l’Ajuntament de Barcelona, afirma que “en el darrer mandat es va permetre que la Cambra deixés de fer-hi les seves aportacions, però caldria equilibrar-les. Hi ha d’haver un tractament equitatiu”.

Cal tenir en compte, però, que les partides més importants del pressupost del Consorci, que enguany està previst que sigui de 63,5 milions d’euros, són els ingressos que genera la seva pròpia activitat i que representen el 91% del total pressupostat. Aquests ingressos són derivats de l’exploració de serveis i productes que es venen als turistes a través de la web, de les oficines o de teleoperadors. Es tracta d’ofertes pròpies, com la targeta turística Barcelona Card, o les visites guiades Walking Tours. També hi ha serveis que Turisme de Barcelona adquireix a tercers per després vendre’ls, com les visites a museus o els serveis que s’ofereixen fora de la ciutat, a Montserrat o al Museu Dalí. La partida d’ingressos derivats de la pròpia activitat també inclou **una part dels diners de la gestió del bus turístic públic de Barcelona**: el que genera aquest servei, segons fonts municipals, es reparteix entre TMB (que n’ingressa el 80%) i el Consorci (que se’n queda el 20%).

Recentment hi ha hagut polèmica entre l’Ajuntament i Turisme de Barcelona per una de les rutes guiades que el Consorci comercialitzava i que realitza l’empresa Hidden City Tours. La ruta, titulada ‘Barcelona Homeless Walking Tours’, mostra com viuen els ciutadans sense sostre i els guies del recorregut són persones que es troben en aquesta situació. Després de les crítiques de la tinenta d’alcaldia de Drets Socials, Laia Ortiz, que ha qualificat la iniciativa “d’actuació unilateral”, Turisme de Barcelona ha decidit retirar de la seva pàgina web qualsevol referència a aquestes rutes.

CRÍTIC ha parlat amb el sotsdirector de Turisme de Barcelona, **Ignasi de Delàs**, per comentar aquestes xifres. De Delàs explica que les empreses privades que paguen quota al Consorci “decideixen associar-s’hi per treballar algun nínxol de mercat”. D’aquesta manera, Turisme de Barcelona pot desenvolupar programes com el Barcelona Convention Bureau, que, segons De Delàs, va ser “peça clau en la captació del Mobile World Congress”, i que té com a objectiu “que vinguin a la ciutat un determinat perfil de professionals i empreses per celebrar-hi congressos i convencions”. Aquest és, amb diferència, el programa que genera més ingressos en forma de quotes: representa 1,5 milions d’euros del pressupost d’enguany. Però també n’hi ha d’altres, com el Barcelona Food & Wine, que vol “reforçar el posicionament de la ciutat com a referent en l’àmbit gastronòmic”, o el Barcelona Premium, que posa a l’abast dels visitants “una àmplia gamma d’experiències de luxe i exclusives”.

Com que és una entitat de dret públic, el Consorci no pot obtenir beneficis. Els 10 milions d’euros nets que es deriven de la diferència entre la compra i la venda dels productes i serveis es destinen a les despeses de personal, a l’execució de programes de promoció i també a pagar [els interessos de la fallida companyia aèria Spanair](#). El Consorci havia subscrit crèdits bancaris amb l’Institut Català de Finances per invertir 15 milions d’euros en l’aerolínia catalana. Una part de l’aportació de l’Ajuntament també està vinculada al pagament d’aquest crèdit.



La

## taxa turística... per fomentar el turisme

L'impost d'estades a establiments turístics, el que es coneix per taxa turística, és un tribut que recapta la Generalitat i que grava les estades dels visitants. El que poca gent sap és que, segons [la normativa vigent](#), **la recaptació de l'impost s'ha de destinar a la promoció turística de les ciutats**, a l'impuls del turisme sostenible, a la creació i millora dels productes turístics i al desenvolupament d'infraestructures relacionades amb aquest sector.

Aquest 2017, l'Ajuntament de Barcelona incrementarà els fons de la taxa turística que li deriva la Generalitat. Concretament, el Govern de Catalunya transferirà al consistori el 50% del que es recapta a Barcelona, quan fins ara rebia aproximadament el 34% d'aquest impost. A efectes pràctics, això vol dir que la ciutat gestionarà enguany **12 milions d'euros** provinents d'aquest impost, 4 milions més que l'any passat.

Fins ara, Turisme de Barcelona rebia la meitat del que recaptava l'Ajuntament per fer promoció de la ciutat, però aquest 2017 el govern d'Ada Colau ha anunciat que hi destinarà un màxim de 4,5 milions. La resta, segons l'Ajuntament, es vol fer servir per pal·liar els efectes del turisme sobre els barris. "No destinarem aquest increment de recursos a la promoció, sinó a millorar les condicions dels veïns i dels seus espais", explica el regidor Agustí Colom. Segons Colom, la llei estipula que la taxa s'ha de fer servir "prioritàriament" per a la promoció, "però també estableix altres apartats de despesa disponible", i, en aquest sentit, l'"excedent" s'utilitzarà, per exemple, per rehabilitar algunes zones de Ciutat Vella, per ampliar els busos regulars a la Barceloneta o per incrementar la inspecció dels establiments turístics. Colom també demana que el Consorci "reti comptes de les polítiques de promoció que s'estan finançant a través de la taxa turística", ja que, en aquests moments, "és una caixa negra". "Hauríem de tenir constància dels projectes concrets on van a parar aquests diners", puntualitza.

Des del moviment veïnal, però, es posa en dubte el pla de l'Ajuntament. Creuen que, tenint en compte els efectes de la "massificació", la pèrdua d'habitatges d'ús residencial en favor de pisos

turístics, la “sobreocupació de l’espai públic” i la “precarització” de les condicions laborals dels treballadors del sector, les mesures del consistori es queden curtes. És per això que l’ABTS considera que la integritat de la taxa turística hauria d’anar destinada a revertir els efectes que aquesta activitat té sobre la ciutat. Reme Gómez, membre del col·lectiu, afirma que des de l’assemblea “sempre hem pensat que és una perversió absoluta que aquests diners vagin a parar al mateix sector per a la promoció”.

Per contra, Agustí Colom destaca la necessitat que la promoció de la ciutat es faci a través del Consorci i mitjançant una part d’aquest impost, ja que “si no la fem nosaltres, ens la farà el mercat”. “Si Turisme de Barcelona no existís, hi hauria una política de promoció pública, però també existiria una política de promoció del sector privat, que no necessàriament coincidiria amb un relat de turisme sostenible”, hi afegeix el regidor.

## **Gaspart i William Carnes: els noms de Turisme de Barcelona**

Els òrgans de govern que regulen Turisme de Barcelona són el Consell General i el Comitè Executiu. Ada Colau és la presidenta del Consell, el qual també inclou tres vicepresidents: el màxim representant de la Cambra de Comerç, Miquel Valls; el regidor Agustí Colom, designat per la mateixa Alcaldessa, i Jordi Clos, escollit per la Fundació Barcelona Promoció. Clos presideix el Gremi d’Hotels de Barcelona i dirigeix la cadena hotelera Derby Hotels Collection. Acumula un capital superior als 300 milions d’euros, que el situen com una de les 100 majors fortunes no cotitzades de l’Estat espanyol, [segons el rànquing d’El Mundo](#) de 2015.

L’altre ens regulador és el Comitè Executiu. L’expresident del Barça, empresari hotelier i cònsol honorari de les illes Seychelles, Joan Gaspart, n’és el màxim responsable, però el Comitè també inclou dues vicepresidències, ocupades per Agustí Colom i Jordi Clos. L’Ajuntament i la Cambra designen tres vocals cadascun i l’últim és escollit per la Fundació Barcelona Promoció. Segons Turisme de Barcelona, **cap dels membres del Consell ni del Comitè percep retribucions ni dietes** per l’assistència a les reunions.

Les entitats veïnals consideren que el Consorci és un ens “opac i poc transparent”, i li han exigit retiment de comptes. De fet, aquesta és una de les demandes principals que l’ABTS va plantejar al Consell de Turisme i Ciutat, un fòrum de debat creat ara fa un any per l’Ajuntament. Com a resposta, recentment Turisme de Barcelona ha publicat les dades econòmiques i d’organització a la seva web, per donar constància de l’activitat de l’organisme. Tot i així, l’assemblea insisteix en que el Consorci “encara no ha facilitat informació relativa als resultats i als estudis de les promocions que ha fet, ni els criteris i les directrius que segueix”, entre d’altres.

Una de les dades que ha sortit a la llum és el sou del director general del Consorci, **Jordi William Carnes**, que va assumir el càrrec el 2014: 149.996 euros bruts anuals i un màxim de 30.000 euros de retribució variable. El sou de William Carnes és superior al de l’alcaldessa de Barcelona, que el Plenari Municipal fixa en 100.000 euros bruts anuals -tot i que el codi ètic de Barcelona en Comú limita el salari d’Ada Colau i de tots els regidors a 2.200 euros nets a raó de 14 pagues anuals-, o al de Carles Puigdemont, que té una retribució anual aproximada de 137.000 euros bruts. El sou del director general del Consorci, tot i ser molt generós, és substancialment inferior al del seu predecessor, Pere Duran, que havia dirigit l’entitat des de l’any 2000 i que ja havia estat al capdavant del Patronat de Turisme quan era un organisme municipal. Duran cobrava 180.000 euros bruts anuals, sumats a 20.000 euros com a màxim de retribucions variables.

William Carnes és un històric del PSC que ha ocupat càrrecs en diferents administracions gestionades pels socialistes: el 2006 va ser escollit diputat al Parlament pel PSC, va ser conseller



d'Agricultura, Ramaderia i Pesca fins a l'any següent i des del 2007 fins al 2011 va ser nomenat primer tinent d'alcalde a l'Ajuntament de Barcelona, a més de presidir Mercabarna i la societat municipal 22@. Va ser reelegit en les eleccions municipals del 2011 i va passar a l'oposició amb el grup socialista fins al 2013, quan va deixar l'Ajuntament per passar a l'empresa privada.

## El moviment veïnal qüestiona l'existència del Consorci

Per al món veïnal, el fet que una entitat dedicada a la promoció de la ciutat rebi recursos públics resulta controvertit. És per això que Joan Balañach, responsable d'Habitatge i Turisme de la FAVB, planteja que aquesta activitat hauria d'estar en mans de l'Ajuntament, "i més encara després de constatar els impactes negatius que comporta sobre la ciutat". "El Consorci inclou empreses privades que tenen interessos encaminats a generar una activitat econòmica que beneficiï la indústria del turisme", concreta el representant veïnal.

L'Assemblea de Barris per un Turisme Sostenible va un pas més enllà i qüestiona la mateixa existència del Consorci. De fet, aquest col·lectiu va néixer el 2015 fruit d'una acció de protesta que van fer al mateix Consorci sota el lema "Contra aquells que no es presenten mai i guanyen sempre". "Estàvem apuntant els 'lobbies' del sector turístic, i el millor exemple és Turisme de Barcelona", explica Daniel Pardo, membre de l'assemblea, que hi afegeix que la reivindicació de fons que defensen els veïns organitzats és **el "desmantellament" del Consorci** i la seva substitució per una agència pública que es dediqui a la gestió i la contenció del turisme.

Per contra, des de l'Ajuntament destaquen l'"eficàcia" de disposar d'una eina de col·laboració publicoprivada en aquest camp. "Treballem perquè sigui un organisme ben alineat amb la política turística de la ciutat", comenta Colom. "Hem de pagar el preu de posar-nos d'acord, però això és molt millor per al conjunt de la ciutat que tenir dues polítiques amb objectius diferents."

## L'Ajuntament afirma que hi ha hagut "deixadesa política" en mandats anteriors

El sotsdirector del Consorci, Ignasi de Delàs, assegura que, dins l'ens, "el sector públic i el sector privat hi negocien i arriben a consensos". "En molt poques ocasions se segueix el procediment de la votació, jo no n'he viscut cap". El regidor Agustí Colom hi afegeix que, al Consorci, "les dues parts hi són voluntàriament", de manera que "és difícil que una part imposi els seus interessos a l'altra, perquè, si és així, la part menystinguda acabaria abandonant". "Té més sentit que les decisions es prenguin de comú acord; som capaços de fer que la part privada prengui decisions que l'Ajuntament creu que s'han de prendre i viceversa", sentència Colom.

Tot i així, des del punt de vista de Colom, l'Ajuntament actual està "revertint" la "deixadesa política" que durant els darrers anys ha imperat a Turisme de Barcelona. Deixadesa "relativa a la governança", opina el regidor, perquè s'han perdut anys "no afrontant una situació de massificació turística que l'Ajuntament hauria d'haver encarat i fer còmplice Turisme de Barcelona". Però també deixadesa en el camp decisor, segons Colom, ja que "el sector públic li ha anat deixant al sector privat que prengui les decisions i no ha marcat les línies estratègiques perquè la promoció tingui una visió d'interès general".

## El negoci del turisme a Catalunya

El Consorci de Turisme de Barcelona no és l'únic exemple que hi ha al territori. En un seguit d'articles publicats a CRÍTIC, el periodista Marc Font constata l'estreta relació existent entre les

diputacions de [Tarragona](#), [Girona](#) i [Lleida](#) i els seus respectius patronats i consorcis.

La Diputació de Tarragona destina gairebé 5,2 milions al Patronat de Turisme, que es divideix entre les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre. El president de l'ens és Martí Carnicer, un veterà dirigent socialista amb una àmplia trajectòria política, explicava Font. La funció principal del Patronat és la promoció i el suport a la comercialització turística, cosa que implica una àmplia col·laboració amb entitats i empreses privades. L'ens té convenis publicitaris amb l'associació de càmpings i ciutats i amb l'Associació Golf i Pitch and Putt i el 2016 va destinar més de 2,25 milions a màrqueting, publicitat i patrocini.

Pel que fa a la Diputació de Girona, un dels seus organismes autònoms més destacats és el Patronat de Turisme de la Costa Brava. Va fundar-se 40 anys enrere i, de la mateixa manera que Turisme de Barcelona, també reuneix el sector públic i el privat. Té com a objectiu "la definició i elaboració de línies estratègiques per al desenvolupament turístic de les comarques gironines" i la seva funció prioritària és la promoció de les marques turístiques Costa Brava i Pirineu de Girona en els mercats emissors. A la pràctica, el paradigma publicoprivat es tradueix fonamentalment en un finançament públic per afavorir uns interessos privats. El Patronat disposava l'any passat d'un pressupost que no arribava als 6 milions d'euros, dels quals 5,45 els aportava directament la Diputació. Al consell d'administració de l'ens, la meitat dels membres són electes de la Diputació i la resta representen empreses turístiques. A més, hi ha un consell assessor format per una setantena de persones d'aclaparadora majoria privada.

L'organisme autònom que s'encarrega de la promoció turística a Lleida és també el Patronat de Turisme, "que disposa d'un pressupost de més de 3,2 milions, gairebé íntegrament aportat per la Diputació". Destaca el fet que Lleida aporta 68.000 euros al Patronat del Consorci de la Muntanya de Montserrat, en què, a banda de la Generalitat, hi participen les quatre diputacions del Principat, malgrat que l'espai s'ubica a Barcelona.