

# Identidad y posicionamiento de Barcelona

## UN RELATO CORAL



**Marc Sans**  
Técnico de Promoción de Ciudad  
Ajuntament de Barcelona



Ajuntament de  
Barcelona

Montevideo (Uruguay)  
27 octubre 2022



## Marca **Barcelona**

Tradicionalmente, la ciudad de Barcelona ha proyectado su identidad y reputación internacional mediante la organización de eventos globales que visibilizan los activos que la hacen única.

Ejemplo de ello han sido la organización de los **Juegos Olímpicos de 1992**, anteriormente la organización de **exposiciones internacionales de 1888 y 1929** y actualmente eventos como el **Mobile World Congress** o la **Copa América de Vela**.

Recientemente la ciudad ha impulsado un **proceso de co-creación de una firma de ciudad que aglutina sus cualidades y valores** y que se utiliza en las campañas de promoción internacional de los nuevos eventos globales marca Barcelona.





**Barcelona utiliza la organización de grandes eventos globales para mejorar su modelo de ciudad y posicionarse internacionalmente**



# 1888

## Exposición Internacional

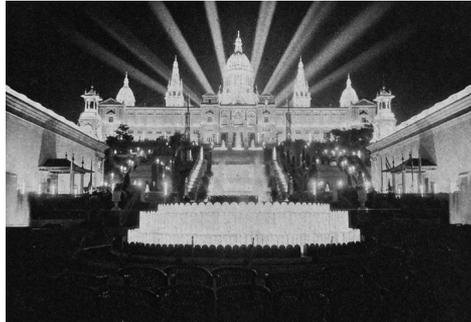


Primera **Exposición internacional de tecnología Industrial**. Comienzo de la **promoción turística de la ciudad**. Una Ciudadela militar se convierte en el Parque de la Ciutadella. El plan de ensanche de Barcelona absorbe los municipios circundantes.



# 1929

## Exposición Internacional



**Exposición Internacional de mayor tamaño** en recinto ferial mucho mayor. **Construcción de la Línea 1 del Metro**. Construcción de los primeros **equipamientos culturales y deportivos en el parque del monte Montjuïc como el primer estadio olímpico y el Museo Nacional de Arte de Cataluña**. La población de la ciudad aumenta hasta llegar a 1 millón de habitantes.



# 2007-hoy

## Mobile World Congress



Barcelona amplía sus recintos feriales y se convierte en sede permanente del **Mobile World Congress**. Barcelona se convierte en **Mobile World Capital** lo que la posiciona como **potente hub digital y de start ups** y atrae talento e inversión local e internacional. **Construcción de la nueva Terminal 1 del Aeropuerto Internacional**



# Horizonte 2030

## Barcelona Green Deal



El **Barcelona Green Deal** marca la agenda económica urbana para la próxima década, con el objetivo de hacer que la ciudad sea más **igualitaria, sostenible y competitiva, y capaz de adaptarse a desafíos como las transiciones verde y digital**. Ello implica transformar diversas áreas de la ciudad para potenciar sectores económicos emergentes como la **economía azul** en el renovado Puerto Olímpico.



Los Juegos Olímpicos de 1992.

El gran salto adelante en la reputación internacional de la ciudad





Los exitosos **Juegos Olímpicos de 1992 permitieron una transformación total de la ciudad de Barcelona**, dotándola de modernas infraestructuras deportivas, hoteleras, de transportes y telecomunicaciones, el saneamiento de su costa, la mejora integral de sus barrios más desfavorecidos y lo más importante, **colocaron a la ciudad bajo el foco de atención mundial** convirtiéndose en un **destino turístico y MICE global** y comenzando a **atraer talento e inversión internacional** por su buena calidad de vida

Vila Olímpica



Estadio Olímpico Lluís Companys



Renovación Port Vell y WTC



Nueva terminal Aeroportuaria



Terminal 2

Autopista orbital



Torres de



Telecomunicaciones



Complejo Vall Hebrón de Tenis



Red de ciclovías



Parques de Fitness



Palau Sant Jordi





## La co-creación del nuevo relato

### Proceso participativo



En febrero de 2017 nos propusimos actualizar el relato de la ciudad y sentar las bases que nos permitieran proyectarnos mejor y de manera consistente y sinérgica en todos los ámbitos.

Entre 2017 y 2018 se llevó a cabo un proceso participativo para **definir de forma coral el nuevo relato de la ciudad** cuyo objetivo era implicar a agentes de todos los ámbitos de actividad local, metropolitana y regional para identificar juntos la nueva propuesta de valor diferencial de Barcelona.

## La co-creación del nuevo relato Brand book



Fruto de aquel proceso tan plural, se consensuó el nuevo relato de la Marca Barcelona, que quedó recogido en el **Brand Book** presentado en 2019.

Identidad y posicionamiento  
de Barcelona  
UN RELATO CORAL

Proceso abierto y participativo de co-creación

Recopilación de las conclusiones del barómetro Barcelona a ojos del mundo 2018

Nuevo relato de Barcelona en función de su propósito, valores y pilares

Guía práctica y resumida del relato

**Barcelona propone como marca de ciudad un modelo urbano que permite el crecimiento tanto personal como profesional de sus residentes** y que, al mismo tiempo, les da alas para disfrutar de la vida al máximo en todos sus aspectos



La ciudad de los proyectos vitales

# Pilares

Aquellos conceptos clave que hacen de Barcelona **un lugar diferente**

1

**CONNEXIÓ**

CONEXIÓN  
CONNECTION

2

**INICIATIVA**

INICIATIVA  
INITIATIVE

3

**ÀNIMA**

ALMA  
SOUL

4

**CONTRASTOS**

CONTRASTES  
CONTRASTS

5

**TALENT**

TALENTO  
TALENT

6

**COMPROMÍS**

COMPROMISO  
COMMITMENT



Ajuntament  
de Barcelona

# CONEXIÓN



**Con una privilegiada situación geográfica**

**Uno de los principales puertos del Mediterráneo**

**Con un aeropuerto con 19 millones de pasajeros conectado a 150 destinos**

**Con una moderna red de transporte público líder en accesibilidad en Europa**

**Con el proceso de pacificación del tráfico urbano más ambicioso del mundo**

# INICIATIVA

Con un espíritu de consenso institucional que hizo posible el éxito olímpico

Con antiguas industrias reconvertidas en equipamientos públicos por la iniciativa ciudadana

Con uno de los mejores sistemas de atención sanitaria del mundo según las OMS.

Con un rebusto ecosistema emprendedor y digital, con potentes incubadoras y fab labs, miles de start ups y 6 unicornios.

La ciudad sede de **Barcelona Activa**, agencia de desarrollo local pionera en apoyo al emprendimiento



Barcelona Activa



# ALMA



**Una ciudad orgullosa de su lengua y tradiciones culturales catalanas pero muy abierta a las influencias culturales iberoamericanas y globales**

**La ciudad de los 15 minutos donde encuentras todos los servicios en tu barrio y facil de recorrer en bicicleta (230 kms. de ciclovias)**

**Una ciudad con Picasso, Miró, Tàpies, MNAC, MACBA, Liceu... 50 grandes museos, teatros y un palacio de la opera de fama mundial**

**Una ciudad de excelencia culinaria con 30 estrellas Michelin en sus restaurantes**

**Con un suave clima que que invita a hacer vida en la calle**



# CONTRASTES

**Una ciudad entre el mar y la montaña**

**En el norte del sur y el sur del norte**

**Una pequeña gran ciudad**

**donde se trabaja mucho pero también se disfruta de la vida**

**clásica e innovadora**

**con una potente cultura de colaboración público-privada**

**donde las plazas de toros dejaron paso a un ocio respetuoso con los animales**



# TALENTO

donde se favorece la creatividad y es fácil atraer al talento nacional e internacional (22,4% de población extranjera)

Con prestigio internacional por su diseño e ilustres creador@s

Con un distrito de la innovación 22@ que es un potente hub digital y de la economía del conocimiento

Líder en infraestructuras de investigación en el sur de Europa

Con 252.000 estudiantes universitarios en la región metropolitana

Entre las 10 mejores ciudades del mundo en masters MBA



# COMPROMISO

Con una ciudadanía líder en activismo social

Sede de grandes ONGs

Una ciudad segura para la comunidad LGTBI

Ciudad neutra en carbono en 2050

Con playas accesibles a tod@s



# Una firma coral

La herramienta verbal y coral que expresa de forma viral y coloquial el propósito de la marca



## Barcelona cuenta con un nueva firma coral desde 2021

BARCELONA **AMB** TU

BARCELONA  
**AMB** TU

BARCELONA **WITH** YOU

BARCELONA  
**WITH** YOU

BARCELONA **CONTIGO**

BARCELONA  
**CONTIGO**

presente en soportes visuales en toda la ciudad, tanto físicos...



# ...como digitales



que se integra en las campañas de acompañamiento a eventos globales



que se integra en las campañas de acompañamiento a eventos globales



**...también en la plataforma digital para las personas que quieren desarrollar en Barcelona sus proyectos vitales**

**MEET BARCELONA**

VISÍTALA Y ÁMALA

INVIERTE Y HAZ NEGOCIOS

ESTUDIA E INVIÉSTIGA

VISÍTALA Y  
ÁMALA

BARCELONA  
CONTIGO

... y más allá...

# VIDEO MARCA BARCELONA

QUE ASOCIA AMBASSADORS DE IMPACTO GLOBAL  
A LOS PILARES DE LA MARCA BARCELONA



... una instal·lació interactiva itinerant que desplaçarem des de 2023 a esdeveniments globals  
“marca Barcelona” tant a la ciutat de Barcelona com a ciutats del rest del món



sónar<sup>®</sup>  
2022  
Lisboa



## Simultáneamente...

- ... impulsamos una escucha digital continua de la reputación de la marca Barcelona local y globalmente
- ... impulsamos barómetros cualitativos anuales de reputación de marca en mercados clave



Para terminar,  
un último ejemplo...



Ajuntament  
de Barcelona

# Copa América 2023-24



37<sup>th</sup>  
AMERICA'S CUP

BARCELONA

Barcelona será la sede de la  
Copa América 2024, los  
entrenamientos se podrán seguir  
desde abril 2023

**Este evento cataliza y acelera  
La estrategia y proyectos de desarrollo  
de la economía azul en la ciudad**



# Un evento global con impacto en la ciudad y legado

La Copa América 2024 permitirá reforzar la **generación de riqueza y la creación de puestos de trabajo**, fortaleciendo la marca de ciudad a nivel internacional ligada a valores como el deporte, la **economía azul** y será motor de actuaciones y medidas para mejorar la sostenibilidad, la innovación, la equidad y la diversidad en el deporte.

## Impacte de la Copa América a Barcelona

Estudio de análisis de impacto de la Copa América en BCN efectuado por la UPF

### IMPACTO ECONÓMICO

- **2,56 millones de visitantes durante el evento** repartidos de la siguiente manera:
- *Asistencia local: 600.000 personas.*
- *Asistencia nacional: 1.000.000 de personas.*
- *Asistencia internacional: 895.000 personas.*
- *Equipos y familias, organización, media 65.000 pers.*
- **El gasto previsto de estas audiencias (impacto económico) se prevé de 1.050 millones de Euros**

### POSICIONAMIENTO MUNDIAL

- **Mejora de la imagen de la marca Barcelona**
- **Promoción de la ciudad como destino turístico premium**
- **Incremento del prestigio deportivo internacional de Barcelona como primera ciudad del mundo en acoger unos Juegos Olímpicos y la Copa América**



### IMPACTO SOCIAL

- Creación de unos **2.000 puestos de trabajo directos más casi el doble indirectos**
- Alojamiento de 120 miembros de los equipos de media, por equipo (por 6 equipos unos 720) con sus familias
- Promoción del deporte y la vela entre la ciudadanía
- Fomento del deporte femenino y juvenil posicionando el AC37 como la **primera edición con categoría femenina**
- Programas de educación para escuelas y universidades públicas formarán parte integral del evento.

### INFRAESTRUCTURAS E INNOVACIÓN

- Regeneración y puesta a punto de las **infraestructuras del Puerto de Barcelona**
- **Catalizador de iniciativas relacionadas con el desarrollo de los motores de Hidrógeno y el impulso de la economía azul** como vector de desarrollo económico y social de la ciudad y eje vertebrador del litoral.



# Una gobernanza público privada clave para ser designada como sede

El ganador de la última edición, el **Team New Zealand** eligió a **Barcelona** como ciudad sede por la **propuesta de gobernanza basada en una alianza sin precedentes entre entidades públicas y privadas coordinadas y alineadas con el objetivo común de llevar la Copa América a Barcelona y albergarla con éxito.**



Una estrategia ganadora que Barcelona ya utilizó con éxito en la organización de los Juegos Olímpicos de 1992, el modelo de gestión consensuada de Barcelona, **convertido sin duda en uno de los pilares de la marca de la ciudad**



- Titular y patrón de la Copa América de acuerdo con la normativa de la America's Cup ("the Deed of Gift")
- Organizar y coordinar el AC37
- Definir el protocolo de la AC37
- Marcar las directrices y estándares a seguir

- Promover y organizar desde un punto de vista local la Copa América.
- Adaptar las infraestructuras y dar soporte logístico
- Garantizar la estabilidad financiera del evento
- Coordinar y crear sinergias entre todas las administraciones públicas implicadas para que el evento se pueda celebrar con las mayores garantías tanto por la propia regata y sus participantes como para el resto de la ciudadanía de Barcelona y del resto de poblaciones implicadas.
- Garantizar que la regata sirve para promocionar internacionalmente la ciudad de Barcelona, Cataluña y España.
- Asegurar que el evento también genere vínculos con la totalidad de la ciudadanía y que se desarrolle un legado posterior.



37<sup>th</sup>  
AMERICA'S CUP

---

BARCELONA

PRIDE TO HOST  
THE 37<sup>th</sup> AMERICA'S CUP IN 2024



Ajuntament  
de Barcelona



Generalitat de Catalunya



Port de Barcelona



Barcelona & Partners



Barcelona  
Global

