BARCELONA

The Invisible Tourist

CITY GUIDE

La **Invisible Tourist Guide** es una iniciativa que surge como respuesta a la necesidad de los turistas de querer vivir las ciudades a las que acuden como si fuesen locales de las mismas. Con este objetivo, así como con la firme intención de fidelizar al turista en su visita a España para que consuma nuestros productos surge la idea de crear una Guía de distintas áreas de España para dar al turista la imagen de nuestra gastronomía, nuestros establecimientos y nuestra forma de vivir.

De ahí viene su nombre, ya que con ella, el turista no se sentirá "guiri", sino que irá descubriendo de la mano de las marcas españolas y del día a día de los ciudadanos de cada ciudad, los rincones, productos y tradiciones que atraen a más de 50 millones de personas cada año a nuestro país.

Es una publicación donde las marcas tendrán un espacio y se hablará de ellas de forma sutil y sin que parezca un catálogo de productos. No es una lista de establecimientos a los que acudir, ni un mapa donde aparezcan todos los Corte Inglés o Zara de Barcelona, sino que se pretende involucrar a las marcas en las actividades del día a día de los barceloneses con la intención de mostrar el entorno en el que se consumen esas marcas para que a la vuelta de su viaje sepan que el cava no sólo se toma en las celebraciones, que el vermú es una bebida para el aperitivo, que no hace falta ir a Suiza para probar dulces creativos y deliciosos, etc.

Al final de este documento se muestra la línea creativa en la que se está trabajando para la edición de la Invisible Tourist Guide. Se busca que sea una edición elegante, "chic", con propuestas para todos los bolsillos, pero teniendo en cuenta que va destinada a un poder adquisitivo medio-alto que son los compradores que consumen nuestros productos en el extranjero. Algunas preguntas que te estarás haciendo:

1. **¿ A quién va destinada?**

   La Invisible Tourist Guide va dirigida a los turistas extranjeros de más de 25 años, que se encuentran en España bien por ocio o por trabajo.

   Hay una especial orientación a difundir esta Guía durante las distintas ferias internacionales que se celebren en la ciudad así como Congresos o eventos de similar impacto, ya que el turista de negocios por su posición social y por su poder adquisitivo es uno de los focos importantes de esta iniciativa.

2. **¿Quién está realizando el contenido de la Invisible Tourist Guide?**

   Para el contenido de esta publicación contamos con la experiencia de Sonia Graupera, Barcelonesa y con gran experiencia como periodista, bloggera y apasionada de la ciudad y de sus rincones. Escribe en distintos medios escritos y digitales. http://www.soniatravelguides.com/

   Además, para las ilustraciones, la persona encargada de introducir las marcas participantes con las fotografías y el contenido será Borja Bonaque que colabora con Wallpaper, Starbucks, revistas de diseño independientes, Bancaja, etc.

   www.borjabonaque.com

BARCELONA

The Invisible Tourist

CITY GUIDE

3. **¿ Dónde se puede encontrar?**
   La Invisible Tourist Guide será gratuita y se podrá encontrar en:
   - Hoteles de más de 3 estrellas.
   - Restaurantes participantes en la iniciativa.
   - Puntos de información de la ciudad seleccionados.
   - Establecimientos participantes en la iniciativa (tiendas de ropa, de alimentación, de tecnología, etc)
   - En los salones feriales (Fira Barcelona, Ifema, etc)

4. **¿ Cuántas Invisible Tourist van a repartirse?**
   En una primera Edición se van a repartir 5.000 unidades, de las cuales 700 unidades se entregarán con motivo de Alimentaria Barcelona 2014 a todos los visitantes profesionales que acuden a la feria y que están especialmente sensibilizados con estos productos y receptivos.

   Con las unidades restantes, se podrán encontrar en los puntos ya comentados en el punto anterior.

5. **¿Qué tipo de empresas pueden participar en esta iniciativa?**
   La Invisible Tourist está destinada a empresas de alimentación y bebidas que cumplan los siguientes requisitos:
   - Una clara vocación internacional
   - Una presencia significativa en los mercados internacionales.
   - Presencia comercial en Barcelona, bien con puntos de venta propios o bien mediante puntos de distribución local.
   - Se valorará la implicación de las empresas en Barcelona por la temática de la publicación.

Los ejemplos de la línea creativa en la que estamos trabajando se muestran a continuación:

BARCELONA

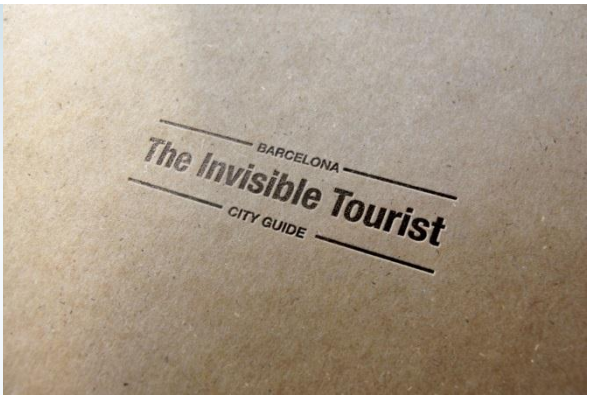
The Invisible Tourist

CITY GUIDE

BARCELONA

The Invisible Tourist

CITY GUIDE



Algunos contenidos en los que se está trabajando.

BARCELONA: EL EIXAMPLE

Hubo un tiempo en que Barcelona era un lugar insalubre, oscuro y superpoblado. A mediados del s.XIX la ciudad, encajada entre unas murallas medievales que ya solo servían para frenar su desarrollo, se enfrentó a uno de sus mayores retos: crecer. Tras cierta controversia los muros se derribaron, y en 1860 el arquitecto **Ildefons Cerdà** ponía la primera piedra de un barrio que cambiaría para siempre la fisonomía de Barcelona. En el **Eixample**, zona residencial por excelencia y cuna del **modernismo catalán**, se ubican hoy dos de los más importantes ejes comerciales de la ciudad: el **Paseo de Gracia** y la Rambla de Catalunya.

Un lugar para comer con estrella: Restaurante Cinc Sentits

Jordi Artal acaba de recibir su primer galardón Michelín, y desde entonces su pequeño restaurante de cocina catalana en el Eixample barcelonés no cesa de recibir llamadas. La filosofía de este chef autodidacta consiste en proveerse de las mejores materias primas de manos de los propios productores: frutas del Maresme, *foie gras* del Baix Empordà,... Ya en la mesa, se reinventan los clásicos, los canelones vienen acompañados de trufa negra y el cochinillo ibérico de manzana en dos texturas.

Calle Aribau, 58. Tel. 93 3239490. www.cincsentits.com.

Un rincón para la lectura: Claustros de la Universidad de Barcelona

Grupos de estudiantes, lectores solitarios y algún japonés despistado cámara en mano son los habituales de este pequeño remanso de calma frente a la siempre ajetreada Plaça Universitat. A principios del s.XIX, el antiguo Convento del Carmen se quedaba pequeño para acoger a las por entonces facultades de Cánones, Leyes y Teología, por lo que la ciudad vio la necesidad de levantar un nuevo edificio universitario que vería la luz en 1882. Los últimos elementos que se colocaron fueron el reloj y la torre del campanario que hoy decora el Patio de Letras.

Gran Vía de Les Corts Catalanes, 585

El local con más solera: Cafè del Centre

Abierto en 1873, el Cafè del Centre es uno de esos pocos bares auténticos que quedan en el barrio, y en toda Barcelona, que no han sido sustituidos por boutiques *fashion*, cadenas de *fast food* o negocios de origen chino. El local aun está regentado por la familia del fundador, Agustí Bel, quien ha apostado por mantener las cosas como antaño: las viejas mesas de mármol, el reloj y lo que es más importante, el tipo de café.

Calle Girona, 69.

La azotea con mejores vistas: Casa Milà

Antes de Gaudí, nadie nunca imaginó una azotea más extravagante que la que corona la Casa Milà, "La Pedrera" para los amigos. El edificio entero carece de líneas rectas y cuando se inauguró en 1912 estaba tan avanzado a su tiempo, que sus promotores se convirtieron en el hazmerreír de la ciudad. Las sinuosas formas de las chimeneas que decoran la terraza superior —el "jardín de los guerreros" según el poeta catalán Pere Gimferrer— son un entorno excepcional para contemplar el vecino Paseo de Gràcia a vista de pájaro.

Calle Provença, 261-265. Tel. 902400973.

Una exposición milenaria: el Museo Egipcio de Barcelona

La pasión de un hombre, Josep Clos, fue el motor de una colección privada que hoy cuenta con más de mil piezas provenientes de la antigua civilización egipcia. Además de la exposición permanente, la Fundación Josep Clos lleva a cabo varios proyectos de investigación, imparte un Master en egiptología, y organiza un Campus arqueológico para los alumnos.

Museo Egipcio de Barcelona. Calle Valencia, 284. Tel. 93 4880188. www.museuegipci.com.

BARCELONA

The Invisible Tourist

CITY GUIDE

Este es un ejemplo de otras publicaciones que se están teniendo en cuenta por el éxito que han tenido en otras ciudades como Sydney.