

“Bilbao, hacia su consolidación como destino de turismo urbano en Europa”

Del “efecto Guggenheim” al “efecto Bilbao”

Presentación para procolombia, 21/09/2016

Regeneración Urbana

Regeneración Medioambiental

Apuesta por la Cultura y el Patrimonio

Movilidad

Servicios Especializados

25 proyectos - 25 años



Regeneración Urbana
Desarrollo de Bilbao Ría 2000.
Partenariado público-privado

Liberación del puerto y de los espacios industriales de la ría

Transformaciones en el ensanche

Micro-espacios para la integración social

Abandoibarra

La integración de los barrios

01

La transformación de Bilbao

Bilbao es cabecera de una mancomunidad formada por varios municipios situados a lo largo de las márgenes del valle del río Nervión.

Fundada en el año 1300, justamente en el límite navegable del río, Bilbao nació como una ciudad dedicada al comercio marítimo. Durante los siglos XIX y XX se desarrolló en ella una importante industria química, siderúrgica y de construcción naval. Bilbao se convirtió en una gran urbe industrial y portuaria. Estas actividades se sitúan a lo largo de las márgenes fluviales y condicionan el desarrollo urbano de la metrópolis.

La crisis industrial de los 80 afectó enormemente a Bilbao. El cierre y la modernización de importantes industrias supuso un gran impulso para todo el sistema de la Ría y, a la vez, una oportunidad para recuperar espacios de gran valor para el desarrollo urbanístico de la ciudad.

La recuperación de estos antiguos espacios industriales y el traslado de las actividades portuarias hacia la bahía exterior, han hecho posible que la ciudad se anime a su barrio fluvial e inicie un proceso general de transformación urbana.

Los espacios que antes ocupaban los astilleros, las áreas de comercios o los años torpido, se conciben ahora en grandes espacios, abiertos de cara al río libre, nuevos barrios y zonas de negocio en donde la arquitectura de calidad se presenta como uno de los factores clave de esta recuperación.

La transformación de la ciudad está pasando un hito económico centrado en los servicios. La cultura y las actividades culturales están siendo el camino de una estrategia integrada de mejora urbanística, medioambiental y económica.



Regeneración Medioambiental

Ampliación del puerto.
El "Abra Exterior"



Saneamiento de la ría.
La gran operación medioambiental



Bilbao frente a la ría.
La ría de la renovación y la innovación



Eliminación de las barreras ferroviarias



Un modelo de eco-desarrollo urbano





Apuesta por la Cultura y el Patrimonio

La rehabilitación del Centro Histórico

Bilbao La Vieja

Recuperación de la arquitectura tradicional

El Museo Guggenheim. Símbolo del la transformación

Museos e instituciones de arte

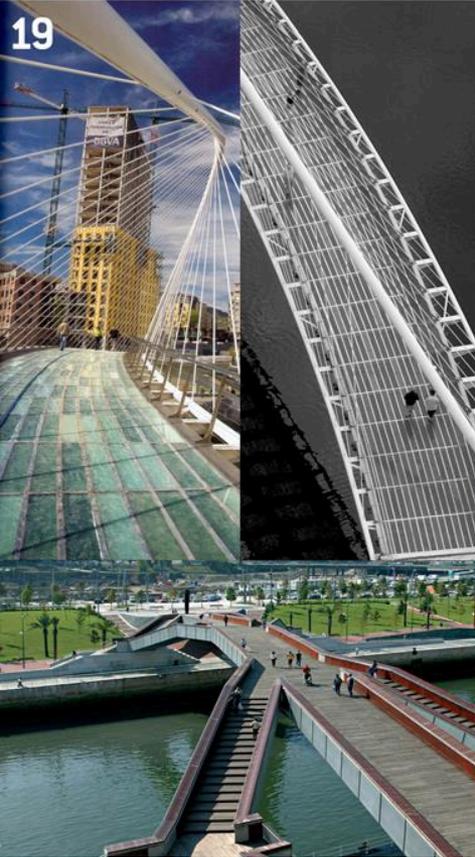
El arte en la ciudad

Arquitectura del nuevo Bilbao



Movilidad

Viejos y nuevos puentes.
Conectando la ciudad



El metro de Bilbao.
Conexión metropolitana



En nuevo tranvía



El aeropuerto.
Nodo de conexión externa



Servicios Especializados

Grandes equipamientos

Nuevos hoteles

El parque tecnológico de Bizkaia

23



24



25



Como hemos logrado La "notoriedad":

- Una estrategia meditada.
- El efecto modélico.
 - Guggenheim.
- La internacionalización de la imagen.
- La centralidad cultural.
- Una marca (+que un logotipo)
- **Los contenidos, el valor de los contenedores**



Los contenidos, el valor de los contenedores

- Programación cultural de la ciudad.
- La programación deportiva.
- Las actividades de ocio (fiestas, toros, parques, **gastronomía**, circo, mercados y ferias)
- La vida social cotidiana.
- El comercio es la vida de la ciudad.
- Eventos de ciudad

Una organización especializada

Bilbao Turismo: EQUIPO Y RECURSOS

- Cuatro áreas de trabajo:
 1. **Promoción turística de Bilbao** como destino urbano para el ocio (city Break) y como destino para MICE en España y en el ámbito Internacional.
 2. **Bilbao Convention Bureau** (Turismo de MICE (meetings, incentives, conventions & exhibitions)).
 3. **Oficinas de información y atención turística.**
 4. **Atracción y gestión de eventos de ciudad**

Estrategias de trabajo

Promoción turística de Bilbao

- Ser el punto de encuentro y de trabajo del sector público y privado para temas turísticos. (colaboración público-privada)
- Promoción turística en mercados internacionales fácil conexión área. (Francia, Alemania, Inglaterra, Italia y USA).
- Promoción turística en algunos mercados emergentes China Y Rusia.
- Promoción turística en el nichos de mercado especializados (arquitectura, diseño, gastronomía y cultura).

Bilbao Convention Bureau y Atracción y gestión de eventos

- Promoción de turismo MICE apoyándonos en las redes profesionales SIMA; SPAIN CONVENTION BUREAU; ECM, ICCA, etc. y apoyando a los promotores locales.
- Las relaciones públicas, y la comunicación como herramientas principales de comunicación de nuestra ciudad. FAM PRESS; FAM TRIPS; FOROS Y WORKSHOPS ESPECIALIZADOS.

Estrategias de trabajo

La marca Bilbao –Bizkaia

- Una marca para la cooperación.
- Una marca para acceso a los grandes eventos internacionales.
- Una marca para la diversificación del destino y del portfolio de productos y experiencias turísticas.
- Una marca para fortalecer la promoción exterior.

La estrategia “Bilbao Next”

- Bilbao como centro del Basque World.
- Bilbao y sus alianzas con ciudades del Arco Atántico . “Camino Cultural Atlántico”.

Estrategias de trabajo

Oficinas de información y atención turística.

- Nuestra oficinas: una información un embajador .
- Coordinación interinstitucional. (diputación, gobierno , Tourespaña).
- Los bilbaínos.
- Otros organismos e instituciones.
- Visitas Guiadas
- Bilbao City Card
- Central de Reservas



El "reto turístico": consolidación del destino Bilbao en los "City Breaks" de Europa

Fortalezas:

- La transformación urbana y social a través de la cultura, el turismo y el ocio.
- Los nuevos espacios de oportunidad y sus nuevos ejes.
- La cultura de la cooperación y el consenso.
- **El destino turístico Bilbao es + que la ciudad** es: Bilbao- Bizkaia y Euskadi
- La transparencia y la honradez.
- La transparencia en la gestión.
- El principio de la subsidiariedad.
- **"Bilbao es la ciudad donde se cumplen los sueños". Implicación ciudadana. "Orgullo de ser de Bilbao"**

El "reto turístico": consolidación del destino Bilbao en los "City Breaks" de Europa

Debilidades:

- **Posicionamiento turístico del destino BILBAO-EUSKADI, en el conjunto de España como destino turístico de sol y playa.**
- **La escasa potenciación de los aeropuertos de la periferia de España y la ralentización de la alta velocidad.**
- **La vocación de ciudad de servicios.**
- **La alta exigencia de la centralidad cultural y urbana.**

- Evolución turística desde la inauguración del Guggenheim

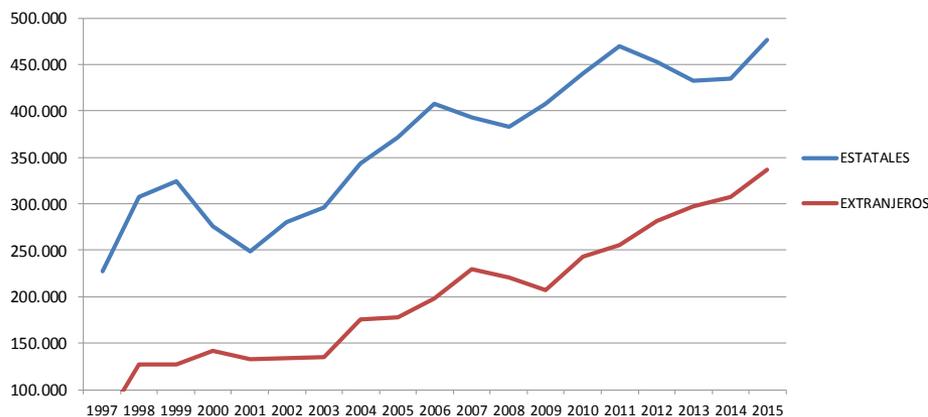
EVOLUCIÓN TURÍSTICA EN BILBAO ENTRADA DE VIAJEROS

| | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ESTATALES | 227.711 | 307.733 | 324.778 | 276.119 | 249.324 | 279.958 | 296.066 | 343.022 | 372.167 | 407.219 | 393.462 | 383.402 | 408.021 | 440.933 | 470.266 | 452.738 | 432.314 | 434.645 | 476.217 |
| EXTRANJEROS | 61.173 | 126.953 | 127.598 | 141.226 | 132.933 | 134.391 | 135.047 | 175.272 | 178.097 | 198.293 | 229.767 | 220.916 | 207.524 | 243.341 | 255.734 | 281.477 | 296.853 | 307.584 | 337.140 |
| TOTAL | 288.884 | 434.686 | 452.376 | 417.345 | 382.257 | 414.349 | 431.113 | 518.294 | 550.264 | 605.512 | 623.229 | 604.318 | 615.545 | 684.274 | 726.000 | 734.215 | 729.167 | 742.229 | 813.357 |

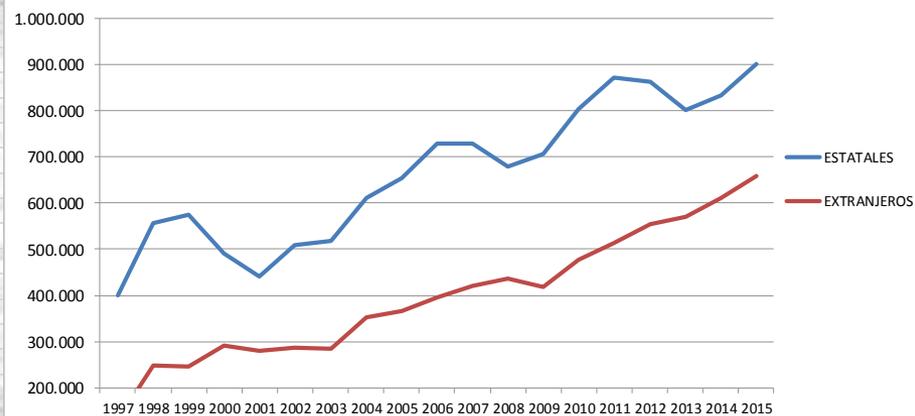
EVOLUCIÓN TURÍSTICA EN BILBAO PERNOCTACIONES

| | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ESTATALES | 400.662 | 556.121 | 575.282 | 491.607 | 440.159 | 508.713 | 518.663 | 611.493 | 654.905 | 729.238 | 729.238 | 678.761 | 706.040 | 803.418 | 872.325 | 862.978 | 800.947 | 832.112 | 900.459 |
| EXTRANJEROS | 131.197 | 248.873 | 246.295 | 290.987 | 280.649 | 286.479 | 285.552 | 353.180 | 366.589 | 395.411 | 419.653 | 436.932 | 419.007 | 478.103 | 513.894 | 554.681 | 569.928 | 610.587 | 659.726 |
| TOTAL | 531.859 | 804.994 | 821.577 | 782.594 | 720.808 | 795.192 | 804.215 | 964.673 | 1.021.494 | 1.124.649 | 1.148.891 | 1.115.693 | 1.125.047 | 1.281.521 | 1.386.219 | 1.417.659 | 1.370.875 | 1.442.699 | 1.560.185 |

EVOLUCIÓN TURÍSTICA EN BILBAO ENTRADA DE VIAJEROS



EVOLUCIÓN TURÍSTICA EN BILBAO





Bilbao Turismo

eskerrik asko.

mrodriguez@bilbaoturismo.bilbao.net