



Barcelona Activa llança una campanya per comunicar els serveis que ofereix a la ciutadania i les empreses

- » 'Barcelona Activa et connecta' és l'eslògan de la campanya que vol connectar les persones amb els recursos per emprendre, impulsar un negoci, formar-se o trobar feina, principals àmbits d'actuació d'acord els interessos dels usuaris
- » La imatge de la campanya és moderna i de colors impactants, i fa un joc visual amb la connexió d'interessos professionals i les persones com a protagonistes de l'acció
- » Barcelona Activa atén més de 50.000 persones i entre 5.000 i 10.000 empreses anualment, el 49% de les persones i el 45% de les empreses ateses l'any 2021 s'han adreçat a l'agència per primera vegada, fomentant noves connexions

Barcelona Activa, l'agència de promoció econòmica de l'Ajuntament de Barcelona, comença avui la campanya de *branding* '**Barcelona Activa et connecta**', amb l'objectiu de connectar els recursos i serveis que ofereix amb les persones usuàries. Els quatre àmbits principals d'actuació són: emprendre, impulsar un negoci, trobar feina o formar-se, al llarg de la vida professional. Alhora busca donar-se a conèixer a les persones que encara no han participat en algun dels seus programes i serveis.

La campanya respon a l'objectiu d'explicar els serveis que ofereix a la ciutadania i empreses, i incrementar la interacció amb l'organització. Des d'avui i fins al juliol, la campanya tindrà com a suports comunicatius, banderoles i cartells per tota la ciutat. Ha estat dissenyada amb colors impactants, associats a la tecnologia, fent un joc visual del concepte de nexa o connexió, punt comú d'interessos professionals i posant les persones com a protagonistes de l'acció. És una campanya que ha realitzat l'agència Newno.



El primer tinent d'alcaldia d'Economia, Treball, Competitivitat i Hisenda, i president de Barcelona Activa, Jaume Collboni, ha destacat que l'objectiu "és seguir acompanyant persones i empreses per tal de construir una ciutat millor, amb més preparació i amb totes les eines necessàries que els aporta Barcelona Activa, en àmbits tant importants com l'impuls d'un negoci, emprendre, formar-se, rebre orientació laboral o trobar feina. Aquesta campanya, que arribarà a tota la ciutat, ajudarà a posar de manifest que l'agència municipal és present i es troba a disposició de la ciutat, amb equipaments, programes i serveis, i per assessorar amb tot el suport del nostre personal tècnic i expert".

Jaume Collboni ha afegit que "ho fem amb mirada global i també tenint en compte la realitat dels barris i la proximitat, amb la voluntat d'arribar a tothom. Les dades dels darrers anys demostren que estem atenent persones que abans no coneixien Barcelona Activa, i la finalitat de la campanya és apropar encara més els recursos al món del treball i l'empresa".

Segons l'Enquesta Òmnibus Municipal, març-abril 2022, un 74% de barcelonins i barcelonines coneix Barcelona Activa, principalment per la via del 'boca-orella', amb persones que han participat a programes i serveis i els han recomanat. Els serveis més coneguts són l'orientació i el suport a la recerca de feina (42%), els cursos de formació (32%) i el suport a la creació i creixement d'empreses (32%). La campanya busca augment el coneixement de l'oferta de Barcelona Activa.

Barcelona Activa s'havia adreçat en les campanyes anteriors a *targets* específics, com ara joves, dones, persones emprenedores, o en situació d'atur, entre d'altres. També es feien campanyes sobre la posada en marxa algun servei o equipament, o projectes específics, com els ajuts *Llança't* per a autònoms, *Crea Feina*, per a empreses que contractin, o *l'Impulsem el que fas* per a projectes econòmics de barris, entre d'altres. Aquesta comunicació implica que l'agència és coneguda només a través d'alguna de les seves activitats, sense oferir una visió global de tots els programes i serveis per acompanyar la ciutadania i les empreses.

Aquesta visió conjunta s'ofereix per primera vegada en una campanya amb una imatge única dels serveis, amb petites variacions en els colors i les persones que surten en primer pla, per tal de mostrar un *target* genèric i divers, i amb caràcter propi segons els districtes, explicant els seus equipaments i activitats als territoris.





Barcelona Activa, que fa 35 anys enguany, vol recordar a la ciutadania que està al seu costat per acompanyar i aportar solucions a les necessitats de la persona al llarg de la seva vida professional i també de les empreses. L'objectiu final és que Barcelona tingui una ciutadania amb més formació, amb menys taxa d'atur i amb ocupació de qualitat, i empreses que trobin més espais de creixement i més oportunitats de negoci.



Aquesta campanya s'emmarca en l'augment i la millora dels canals de comunicació entre l'agència econòmica i la ciutadania. Alguns exemples són un telèfon gratuït únic, 900 533 175, línies per comunicar-se amb joves via whatsapp o línies per a programes concrets. També s'ha renovat el web de www.barcelonactiva.cat amb usos adaptats als nous temps, i l'atenció personalitzada emprendedora i amb accés 24/7. S'han realitzat també iniciatives de connexió entre persones expertes i ciutadania a través de mentories i les xarxes socials, la creació de *podcasts* i continguts que es retransmeten per diferents plataformes.

Públic objectiu de la campanya de 16 a 65 anys

Barcelona Activa atén més de 50.000 persones i entre 5.000 i 10.000 empreses anualment. L'any 2021 la meitat de les persones ateses, un 49%, i un 45% del nombre d'empreses que rebien assessoraments i serveis, ho feien per primer cop. Les persones ateses tenen una franja d'edat entre els 16 i els 65 anys. També s'atenen joves de 14-15 anys amb programes que desperten vocacions professionals, i fins als 90 anys, sobretot en Antenes Cibernàrium, ensenyant la tecnologia bàsica.

El número de persones ateses ha augmentat en els darrers anys: l'any 2021 mostra un increment del 18% respecte el 2018. Els programes i serveis de Barcelona Activa tenen un perfil d'usuari divers: més del 60% de les persones participants en activitats de formació tecnològica i serveis per emprendre tenen estudis universitaris, i és inferior al 40% per a serveis i programes d'ocupació.



Pel que fa a nivell territorial, al districte de Nou Barris és on més ha augmentat la participació (+31%), a Horta-Guinardó (+22%) i a Sants-Montjuïc (+23%). A més, la irrupció de la pandèmia i la digitalització de serveis ha donat entrada a un nombre major de persones usuàries de l'Àrea Metropolitana i la resta de Catalunya.