PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER ALS SERVEIS DE PROMOCIÓ DEL PORT DE BARCELONA AL JAPÓ. Clau Expedient: 004/2016, Ref. Serveis Jurídics 097/2016.

El Port de Barcelona és un port diversificat i multitràfic, i entre les seves prioritats estratègiques hi ha el *foreland* estratègic que el forma bàsicament el mercat asiàtic.

El mercat asiàtic, constitueix un dels *forelands* estratègics del PdB. És important millorar la connectivitat amb accions per augmentar el nombre de línies regulars i millorar el temps de trajecte d'aquestes línies entre el Japó i Barcelona. Per aconseguir-ho és clau establir i mantenir de forma continuada contactes directes amb els representants de les navilieres i donar presència al Port de Barcelona al mercat japonès.

És important el manteniment de les relacions amb els principals armadors i detectar noves oportunitats de negoci, promocionar la imatge del Port de Barcelona, i prestar la seva col·laboració en aquells serveis sol·licitats dins de l'àmbit de logística portuària.

Tenint en compte la tendència actual i les previsions futures del comerç marítim a nivell internacional, on el mercat asiàtic ha estat i contínua sent el primer mercat mundial, és clau que el Port de Barcelona es posicioni per mantenir i augmentar la seva presència en aquest mercat.

Seguint les directrius del vigent Pla Estratègic i buscant l'ampliació en el *foreland*, ens trobem en un moment de contacte amb totes les navilieres que uneixen la Mediterrània amb el Japó, buscant l'establiment de línies regulars, especialment les de car-carrier, que uneixin directament ambdues zones amb una capçalera de línia a la Mediterrània, de manera que la nostra competitivitat amb el nord d'Europa pugui millorar substancialment. Per aconseguir aquest objectiu és necessari tenir al Japó una persona de referència que faciliti el contacte amb les empreses locals tant a l'APB com a altres operadors del Port de Barcelona, alhora que pugui donar suport en altres temes que puntualment sorgeixin a la zona de referència.

Les característiques específiques d'aquest mercat, molt especialment llunyania geogràfica i les diferències culturals importants, fan que l'esmentada gestió directa sigui complicada, exigint temps i limitant l'impacte al mercat.

ACCIONS:

Les accions proposades són les següents:

1. Seguiment de l'evolució de les empreses:
    a. Armadors japonesos que mantinguin tràfic regular amb Barcelona, especialment les de vaixells car carrier i contenidors.
    b. Fabricants d'automòbils i maquinària ubicades al Japó, i que importin o puguin fer-ho cap a Barcelona.
    c. Transitaris japonesos establerts a Barcelona

d. Empreses dedicades a operacions de trading de qualsevol tipus de càrrega que puguin ser susceptibles d'utilitzar Barcelona en els seus moviments induïts de càrrega.

e. Exportadors i importadors.

2. Sobre les empreses esmentades en l'apartat anterior

a. Contacte comercial, preferentment visita.

b. Accions concretes destinades al desenvolupament de les importacions / exportacions relacionades amb el sector automobilístic i rodat en general.

c. Seguiment de clients reals i potencials del Port de Barcelona: evolució de tràfics, ports preferents d'entrada i sortida, motius d'aquestes preferències, possibles ports alternatius, nivell de satisfacció amb els esmentats ports, anàlisi de problemàtiques i factors decisoris crítics.

d. Elaboració d'informes inicial i un altre cada tres mesos en què s'inclogui com a preàmbul el seguiment de l'evolució general de l'economia japonesa i especialment la d'empreses relacionades amb el Port de Barcelona.

e. A partir de les anàlisis anteriors, realitzarà propostes concretes de les accions comercials necessàries per incrementar el tràfic del Port de Barcelona amb el *foreland* japonès.

f. Realitzarà *planificació* i seguiment detallats de contactes / visites i accions desenvolupades amb els diferents grups de clients (navilieres, consignataris, importadors/exportadors, fabricants, etc) actuals i potencials.

3. Oferirà coordinació i assessorament a aquelles empreses amb seu al Japó que utilitzin o decideixin utilitzar el Port de Barcelona. Així mateix, s'encarregarà de coordinar qualsevol tipus d'activitat per donar suport a clients del Port, especialment aquells operadors del Port de Barcelona que efectuïn visites al Japó.

4. Realitzarà un informe final, posterior a la visita dels responsables del Port de Barcelona, que inclogui conclusions de les accions realitzades i resultats obtinguts en relació amb els objectius establerts.

Mitjançant la difusió de l'oferta logística existent i dels serveis de qualitat actualitzats i personalitzats per a cadascun dels diferents tipus de clients potencials es pretén incrementar el tràfic i alhora establir una millora contínua partint de la demanda del mercat, adaptant els serveis a les exigències que es detectin. A més, se centrarà en l'aprofundiment del coneixement i funcionament dels armadors d'aquestes àrees amb l'objectiu d'aportar valor perquè el Port de Barcelona sigui destinació de les seves rutes, treball que es complementa amb què es realitza a les seves seus centrals.

D'altra banda, i atesa la importància que tenen en aquests mercats el posicionament a nivell institucional, es persegueix tenir presència als fòrums rellevants que permetin que el Port de

Barcelona tingui visibilitat en aquestes regions, i alhora establir contacte que facilitin l'intercanvi de bones pràctiques amb la finalitat d'aproximar les formes de treball del Port de Barcelona a les àrees esmentades i viceversa.

L'adjudicatari d'aquest contracte haurà d'estar bé introduït al sector de la logística marítim portuària de les zones descrites i ser capaç de posar de relleu l'oferta logística del Port de Barcelona adaptant-la a les característiques del mercat asiàtic. Per aconseguir-ho haurà de conèixer bé els ports més importants de cada una de les àrees objecte de licitació, especialment quins són els seus procediments de treball en relació amb l'intercanvi de mercaderies amb Europa i com es pot incidir en l'increment de fluxos marítims amb el Port de Barcelona. Així mateix haurà de conèixer i mantenir contacte amb els armadors més rellevants que operen tràfics amb el Port de Barcelona. Tenir aquesta informació és bàsic per poder maximitzar l'oferta competitiva del Port de Barcelona en relació amb els diferents tràfics dels exportadors, importadors i operadors logístics en general. A més haurà d'exercir un paper a nivell institucional que permeti donar visibilitat al Port de Barcelona als fòrums logístics més importants.

La tendència actual i les previsions futures del comerç marítim a nivell internacional, on el mercat japonès és un dels primers mercats mundials, és clau (tal com ve expressat en el III Pla Estratègic) que el port de Barcelona es posicioni per mantenir i augmentar la seva presència en aquest mercat que constitueix un dels seus principals *forelands*. És important millorar la connectivitat amb accions per augmentar el nombre de línies regulars i millorar el temps de trajecte d'aquestes línies entre el Japó i Barcelona.

Rosa Puig
Directora del Departament Comercial

Santiago García-Milà
Subdirector Gral. D'Estratègia i Comercial