

ACTA

Expedient núm.	Òrgan col·legiat
PL/2026/1	El ple

DADES DE CELEBRACIÓ DE LA SESSIÓ**Tipus de convocatòria:**

Ordinària

Data:

27 / de gener / 2026

Durada:

Des de les 18:35 fins a les 19:20

Lloc:

Sala de plens

Presidida per:

Noemí Trucharte Cervera

Secretari:

JORDI VIVES PUIG

ASSISTÈNCIA A LA SESSIÓ	
Nom i Cognoms	Assisteix
AARON ALCÁZAR GUTIÉRREZ	SÍ
Abel Martos Rozas	SÍ
Alexandre M. Talán Franco	SÍ
Anselm Pasquina Ureña	SÍ
Bàrbara Pons Bartroli	SÍ
DANIEL GUTIÉRREZ ESPARTERO	SÍ
Francisco Javier Rodríguez Llamas	SÍ
Imma Palet Rubió	SÍ
JORDI PARCERISAS VALLS	SÍ
JORGE GAMERO PARRA	SÍ
JOSE CASULLERAS CLOSA	SÍ
JOSEP LLOPART GARDELA	SÍ
JOSEP LLUIS GORGORI GONZALEZ	NO

Jaume Riba Bayo	SÍ
Joan Serra Muset	SÍ
Jordi Barón Escriche	SÍ
Jordi Bòria Taixe	SÍ
Jordi Servitje Turull	SÍ
Lourdes Oliveras Vives	NO
MA DELS ÀNGELS LORÉS OTZET	SÍ
MARIA SENSERRICH GUITART	SÍ
Marc Sánchez Rodríguez	SÍ
Maria Isabel Vidal Gibert	SÍ
Maria del Carmen González Anjaumà	SÍ
Noemí Trucharte Cervera	SÍ
Pau Ortínez Martí	SÍ
Pere Masana Nadal	SÍ
Rafael Galván Rodríguez	SÍ
Raquel Calsina Galán	SÍ
Roger Vázquez Claravalls	SÍ
SANDRA FERNANDEZ CUADRA	SÍ
Santi Broch Miquel	SÍ
Vanesa Garcia Ribera	SÍ
Yolanda Ruiz Baena	SÍ
Àngel Farré Carulla	SÍ

Excuses d'assistència presentades:

- JOSEP LLUIS GORGORI GONZALEZ:
«Motius laborals»

Una vegada verificada pel Secretari la constitució vàlida de l'òrgan, el President obre la sessió, procedint a la deliberació sobre els assumptes inclosos en l'ordre del dia

A) PART RESOLUTIVA
1. Aprovació de l'acta de la sessió ordinària de data 16.12.2025

Favorable	Tipus de votació: Unanimitat/Assentiment
------------------	-------------------------------------------------

Resolució:

S'aprova l'acta de la sessió ordinària de data 16.12.2025 per unanimitat dels presents.

2. Aprovació de l'acta de la sessió extraordinària i urgent de data 22.12.2025

Favorable**Tipus de votació:** Unanimitat/Assentiment**Resolució:**

S'aprova l'acta de la sessió extraordinària i urgent de data 22.12.2025 per unanimitat dels presents.

3. Ratificació Decret 0331/2025 Aprovació Pla Ordenació Recursos Humans 2025

Favorable	Tipus de votació: Ordinària
	A favor: 18 (CM i CP), En contra: 9 (ERC), Abstencions: 4 (AM, VOX i ARA), Absents: 0

Diu el decret a ratificar,

Fets i antecedents

Primer.- En data 11 de desembre de 2024, mitjançant Decret de Presidència núm. 0343-2024, es va aprovar el Pla d'Ordenació de Recursos Humans 2024-2027 i l'Oferta Pública d'Ocupació de l'any 2024.

Segon.- Que d'acord amb la finalitat i motivacions del PORH 2024-2027, per a l'any 2025 s'ha plantejat l'aplanament i incorporació de noves places a Oferta Pública d'Ocupació. Concretament, en els darrers mesos, s'ha realitzat la negociació col·lectiva en relació a l'aprovació d'un Pla d'Ordenació de Recursos Humans (PORH) 2025 vinculat a l'aprovació de l'Oferta Pública d'Ocupació 2025, així com la necessitat de modificació de l'Oferta Pública d'Ocupació 2024.

Les negociacions es van iniciar el dia 30 de maig de 2025 mitjançant enviament de proposta als representants de personal i finalment es van donar per finalitzades per ambdues parts en la mesa de negociació celebrada el 28 d'octubre de 2025 amb el resultat de desacord.

Tercer.- Es proposa l'avocació en favor de la Presidència de la competència per aprovar l'OPO, originalment delegada a la Junta de Govern, fruit de la urgència d'aprovar l'OPO 2025 abans de 31 de desembre de 2025.

Fonaments de dret

I. Llei General de Pressupostos de l'Estat per a 2023: Aquesta llei estableix les disposicions generals per a la creació d'ocupació pública i l'assignació de recursos pressupostaris per a aquest. Inclou limitacions i condicions sota les quals es poden oferir i cobrir places en l'administració pública. Li és d'aplicació l'article 20 de la Llei 31/2022, de 23 de desembre, de Pressupostos Generals de l'Estat per a l'any 2023.

II. Llei de l'Estatut Bàsic de l'Empleat públic, aprovat per Reial decret Legislatiu 5/2015, de 30 d'octubre Estatut Bàsic de l'Empleat públic (EBEP): Regula els aspectes fonamentals de l'ocupació pública, incloent-hi els processos de mobilitat i promoció

interna. Estableix els criteris i procediments per a la convocatòria de places i la selecció de personal en el sector públic. Els hi és d'aplicació els articles 31, 37, 59, 69 i 70 i 74 del text refós.

III. Els articles 21.1.g), 22.2.i) i 90.2 de la Llei de 7/1985, de 2 d'abril, de Bases del Règim Local.

IV. Els articles 126.4, 127, 128 i 129.3.a) del text refós de les disposicions legals vigents en matèria de Règim Local aprovat per Reial decret Legislatiu 781/1986, de 18 d'abril.

V. El Reial decret 861/1986, de 25 d'abril, pel qual s'estableix el règim de les retribucions dels funcionaris d'Administració Local.

VI. L'article 15 de la Llei 30/1984, de 2 d'agost, de Mesures per a la Reforma de la Funció Pública.

VII. Els articles 28 i següents del Decret Legislatiu 1/1997, de 31 d'octubre, pel qual s'aprova la Refundició en un text únic de la Llei de la Funció Pública de l'Administració de la Generalitat de Catalunya.

VIII. L'article 283 del Text Refós de la Llei Municipal i de Règim Local de Catalunya, aprovat pel Decret Legislatiu 2/2003, de 28 d'abril.

IX. Els articles 25 i següents del Reglament del Personal al Servei de les Entitats Locals aprovat pel Decret 214/1990, de 30 de juliol.

X. Article 13 del Decret legislatiu 4/2003, de 4 de novembre, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei de l'organització comarcal de Catalunya.

Vist el Decret de Presidència número 0166-2025, de 16 de juliol de 2025, que delega a favor de la Junta de Govern les competències que preveu l'article 43 del RD2568/1986, de 28 de novembre, pel qual s'aprova el Reglament d'organització, funcionament i règim jurídic de les Entitats Locals.

De conformitat amb l'esmentat decret, punt tercer, es preveu la possibilitat d'acordar expressament la revocació de la competència delegada per part de la Presidència davant supòsits d'urgència.

Per tot, i d'acord amb les facultats que m'han estat conferides,

RESOLC:

1.- AVOCAR per aquest únic acte la competència delegada a la Junta de Govern atès a la urgència d'aprovar l'Oferta Pública d'Ocupació 2025 abans de 31 de desembre de 2025.

2.- APROVAR el **Pla d'Ordenació de Recursos Humans 2025**, que s'integra dins de PORH 2024-2027, i que consta com a annex.

3.- APROVAR l'**Oferta Pública d'Ocupació per l'any 2025** Consell Comarcal de l'Anoia, amb la següent relació de places:

TORN D'ACCÉS LLIURE

PERSONAL FUNCIONARI

ESCALA	DENOMINACIÓ PLAÇA	GRUP	VACANTS	SISTEMA SELECCIÓ
Administració General	Administratiu/va	C1	1	Concurs-Oposició

PERSONAL LABORAL

DENOMINACIÓ PLAÇA	GRUP	VACANTS	SISTEMA DE SELECCIÓ
Psicòleg/oga	A1	1	Concurs-Oposició
Tècnic/a mitjà/ana	A2	3	Concurs-Oposició

4.- Aprovar la **modificació de l'Oferta d'ocupació pública de l'exercici 2024**, d'acord amb el següent:

TORN D'ACCÉS LLIURE

PERSONAL FUNCIONARI

ESCALA	DENOMINACIÓ PLAÇA	GRUP	VACANTS	SISTEMA SELECCIÓ	DE
Administració General	Auxiliar administratiu/va	C2	1 (anteriorment 2+1)	Concurs-Oposició	

- Desistiment plaça treballador/a social.

PERSONAL LABORAL

DENOMINACIÓ PLAÇA	GRUP	VACANTS	SISTEMA DE SELECCIÓ
Auxiliar administratiu/va	C2	1 (0+1)	Concurs-Oposició

5.- Elevar al Ple comarcal l'acord a efectes de ratificació del Pla d'Ordenació de Recursos Humans en la pròxima sessió que es celebri.

6.- Elevar a la Junta de Govern l'acord a efectes de ratificació de l'Oferta d'Ocupació Pública 2025 i modificació de l'OPO 2024, en la pròxima sessió que es celebri.

7.- Publicar les Ofertes d'ocupació pública en el tauler d'anuncis de la Corporació, així com a la seu electrònica del Consell Comarcal, així com en el Butlletí Oficial de la província i de la Comunitat Autònoma.

8.- Convocar les places ofertades en execució de les Ofertes d'Ocupació Pública dins del termini improrrogable de tres anys a comptar des de la seva data de publicació.

9.- Trametre còpia de l'oferta pública aprovada al Ministeri d'Hisenda i Administracions Públiques i a la Direcció General d'Administració Local del Departament de Governació i Administracions Públiques de la Generalitat de Catalunya.

10.- Comunicar aquest acord als representants del personal pel seu coneixement.

Ho mana i signa la Presidenta del Consell Comarcal de l'Anoia.

Intervé la Sra. Raquel Calsina i exposa que des d'Esquerra Republicana no votarem a favor d'aquest Pla d'Ordenació per tres motius. El primer, per manca de voluntat de consens que demostren com a equip de govern. Veiem en la documentació que en el decret de data 31 de desembre s'exposa que en els darrers mesos s'ha realitzat la negociació col·lectiva, com també ens van explicar a les comissions informatives en relació a aquesta aprovació del Pla d'Ordenació de Recursos Humans. En aquest decret s'especifica que les negociacions es van iniciar el 30 de maig del 2025 mitjançant enviament de proposta als representants dels treballadors, i finalment es van tancar les negociacions sense acord amb la celebrada el 28 d'abril de 2025. Des del 30 de maig fins al 28 d'octubre desconexim quantes vegades s'han reunit o han parlat les dues bandes, però considerem que segur que s'haurien pogut reunir més vegades si el que volien, que entenem que és així, és arribar a un acord amb els treballadors d'aquesta casa sobre un pla que ens afecta directament. El segon motiu és per una qüestió de forma molt important per al funcionament d'aquesta casa, com és la gestió del personal. Veiem que passen la competència per aprovar l'oferta pública d'ocupació, originalment delegada a la Junta de Govern, en favor de la presidència, i en aquest mateix decret veiem que expliquen que és fruit de la urgència que s'aprovi abans del 31 de desembre. I veiem que el decret de presidència s'assigna el mateix 31 de desembre. Just, justíssim. I que van apurant a l'últim moment. Creiem que és una qüestió valuosa i prioritària i no per anar a última hora. Per últim, el tercer motiu és que, com ja els hem dit en moltes ocasions, qualsevol intent d'avançar en el benestar del personal creiem que ha d'anar acompanyat de fer la valoració de llocs de treball. Una valoració que és un pacte entre aquest Consell Comarcal i els treballadors des de l'any 2019. Hem insistit per totes bandes de treballar-hi i creiem que no hi ha novetats al respecte; si n'hi ha, també agrairíem que ens ho expliquessin. Per tot això votarem en contra. Però a més a més els demanem que ens convoquin a una reunió d'urgència entre l'equip de govern, els representants dels treballadors i els grups comarcals de l'oposició. Més que res per abordar aquesta planificació de recursos humans, perquè veiem que aquest tema els desborda i, com hem dit en moltes ocasions, ens preocupa. Estem disposats a remangar-nos i reunir-nos i aportar el que puguem pel bé d'aquesta casa i dels treballadors.

La Presidència exposa que diu que del maig fins a l'octubre que no es va arribar a acord. Per arribar a un acord fa falta dues parts i que les dues parts vulguin arribar a acord. És molt difícil després de reunions i reunions i reunions si una de les parts només posa traves. Segur que aquest no ha sigut el govern, senyora Calsina. L'únic que, si condicionen a uns llocs de treball concrets a tenir una RLT, és impossible arribar a un acord, perquè com bé ha dit el seu punt tercer, no tenim la RLT. Condicionar a la RLT, que no tenim, els recursos que estem buscant-los i que ara mateix és inviable, evidentment no pot haver acord de cap de les maneres. Decret firmat el 31 de desembre, senyora Calsina. La interventora va dir i va explicar a les comissions, no l'únic 31 de desembre es van firmar els últims dies de desembre, a les 11 de la nit

inclús alguns, perquè recordem que el contracte-programa tampoc el teníem. Però hi ha 90 llocs de treball d'aquesta casa i es va estar treballant fins a l'últim segon, fins a l'últim alè de tots els treballadors. Per tant, exigir més celeritat quan hi ha molts decrets, moltes més coses, que els treballadors no és que estiguin esperant el 31 de desembre a veure què signem avui, també ho trobo d'injust. No per l'equip de govern, perquè aquí en aquest punt no s'està atacant l'equip de govern, s'està atacant els treballadors, perquè al cap i a la fi són els que em traspassen els expedients quan jo haig de signar. I la RLT, evidentment, anem informant de l'última reunió que vam tenir amb Diputació, que és la que hem demanat els recursos. Recordar que la Generalitat no té pressupostos aprovats, per tant, tampoc podem anar a demanar recursos a la Generalitat de Catalunya. Una reunió d'urgència? Nosaltres sempre estem disposats a treballar conjuntament amb l'oposició, amb el govern, amb el comitè i amb el que hi faci falta. Però per anar a perdre el temps, aquesta presidenta no està disposada. En el moment que vulguin seure a treballar —no vostès, precisament— els convocarem. Per venir aquí, amb tot el respecte del món, a fer el gran show i no arribar a acord perquè no tenim una RLT, que no tenim els diners —no és que no vulguem—, la convocarem. No amb aquesta urgència que ens demana. Em sap molt greu, perquè si fos una altra cosa i estigués a les nostres mans i sapigués que ha de ser fructífera, demà mateix estava convocada. Que aquest és el calendari del personal d'aquesta casa. Més d'una setmana enviada la informació. Més de dues setmanes convocada. I a una setmana vista el comitè no li va bé fer la reunió per motius laborals que no ens han volgut explicar. Un tema que beneficia a tots els treballadors d'aquesta casa. El conseller Aaron està fent una feina ingent i la nova cap de recursos humans està fent una feina amb la gerència i tots els consellers presents. I agraeixo que estengui la ma. Però a perdre el temps no anirem. Quan vulguin desencallar o vulguin seure per desencallar els temes que tenim; per una negociació —torno a repetir— han d'haver voluntat de dues parts. No només d'una. Insisteixo que en aquest cas només hi ha una.

Intervé la Sra. Raquel Calsina i exposa que nosaltres no ataquem els treballadors. Crec que la seva intervenció s'ha pogut entendre així en algun moment. Crec que la culpa en aquest cas l'ha traslladat vostè als mateixos treballadors. Pel que he entès, són ells els que posen traves i parlar amb ells és perdre el temps. Nosaltres no hi estem d'acord. L'única documentació que veiem és el decret. Desconeixem si realment s'ha fet més feina, si hi ha un expedient dotat de molts més informes, reunions... Desconeixem, perquè només hi ha aquest decret. Ens basem en això. I al final són vostès els que ens han de donar més informació. I tant a les comissions informatives com avui al ple ha sigut aquest mínim que hem tingut i en el qual hem basat la nostra intervenció. Creiem que condicionar aquest acord a la relació de llocs de treball, quan és una petició i un acord al qual es va arribar el 2019, té tot el sentit del món. Portem molts anys esperant-ho. I al final nosaltres creiem que s'ha de desencallar amb un to que pretén ser conciliador i per aportar el màxim possible per desencallar aquesta situació que creiem que és greu per tothom.

Intervé el Sr. Aaron Alcázar i exposa que entén el que exposa la consellera però jo també em puc posar de part d'aquests treballadors que veuen aquesta possibilitat de tenir una plaça fixa, que és l'esforç que s'està fent des de l'equip de recursos humans i els diferents equips de la casa. Perquè aquesta oferta pública sorgeix de tot un treball amb els diferents departaments per veure les capacitats que té cada part del finançament. Com bé ha dit la presidenta, sense un contracte de programa aprovat es fa molt complicat de fer aquestes projeccions. El cap i a la fi no és una obligació que

tinguem d'executar cada any, mentre que al voltant d'aquest equip de govern ha estat fent l'esforç, encara que sigui un 30 de desembre, un 31 de desembre. Com bé ha dit la presidenta, agraiem la feina feta a intervenció, secretaria, recursos humans, la mateixa presidenta, perquè han estat tempos molt ajustats. Però la voluntat del govern ha sigut aquesta: oferir la possibilitat que 5 persones més de la casa puguin tenir una plaça fixa dins de la casa. No és una cosa que puguem obviar o que ho puguem ignorar, per molt que ens agradi a tots, no només als treballadors o a la oposició, sinó també a l'equip del govern, per fer una valoració de la feina de treball com Deu mana. Però crec que una cosa no pot estar supeditada a l'altra si això implica que hi hagi, en aquest cas, 5 persones de la casa que puguin acabar damnificades i que puguin perdre aquesta possibilitat de tenir una plaça i un lloc de treball estable dins de la casa quan tothom estem dient i no estem obrint la boca, un dels mals del Consell és aquesta inestabilitat. Ja que estem fent esforços, com heu dit, és un temps molt dilatat de negociacions. És cert s'han fet moltes reunions i no es perd el temps. Per part de l'equip del govern no es considera que es perdi el temps amb els representants dels treballadors. També és cert que en aquestes reunions, quan no som profitoses, quan no arriben a cap mena d'acord, perquè no hi ha voluntat d'arribar a l'acord si no és uns acords de màxims, ni hi ha cap mena de intenció d'arribar a quelcom que ens pugui ajudar a anar cap endavant, realment l'esforç de tot l'equip de la casa, no només l'equip polític, intervenció, secretaria, recursos humans, els diferents departaments, doncs menysprear aquest esforç que es fa per part de la casa, permetent-li dir que no estic d'acord.

4. Ratificació Decret 0001/2026 Aprovació Pla Anual d'Accions de Turisme i Projectes Estratègics 2026. Diputació de Barcelona	
Favorable	Tipus de votació: Ordinària
	A favor: 31, En contra: 0, Abstencions: 0, Absents: 0

Diu el decret a ratificar,

El Consell Comarcal de l'Anoia té entre els seus objectius promoure el desenvolupament econòmic de la comarca mitjançant l'execució, la contractació o la participació en

serveis, programes i projectes per millorar la qualitat de l'activitat econòmica, la competitivitat de les empreses i el foment del territori basat en la conservació del

paisatge, l'economia social i el desenvolupament sostenible i per això gestiona la promoció turística i el desenvolupament de producte turístic a l'Anoia.

Des de l'any 2012 la Gerència de Turisme de Diputació de Barcelona concerta un Contracte Programa de Turisme, d'una durada de quatre anys, amb les comarques per

regular el suport al desenvolupament Turístic del territori. Aquest contracte programa es va establir pels períodes 2012-2015, 2016-2019 , 2020-2023 i 2024-2028.

L'objecte del Contracte Programa de Turisme és establir el marc de relacions entre la Diputació de Barcelona i el Consell comarcal de l'Anoia, i nodrir de finançament al

Consell comarcal de l'Anoia per desenvolupar les accions recollides en el Pla anual d' Accions de Turisme que és una planificació de les actuacions que es volen executar en l' àmbit del Turisme anualment.

A més, es sol·liciten tres projectes estratègics que complementen les accions del Pla anual:

- 1.-Programa MICE
- 2.- Locucions nova APP Anoia terra de castells
- 3.-Pla de comunicació i màrqueting

Aquest pla anual i els projectes estratègics han de ser aprovats per l'òrgan corresponent del Consell comarcal de l'Anoia. o sigui pel ple, però degut a la urgència de que tota la documentació, inclòs el certificat d'aprovació del pla d'accions s'ha de remetre a la Diputació de Barcelona abans del 15 de gener de 2026, es tramita com a Decret de presidència a ratificar pel Ple.

RESOLC:

- 1 - APROVAR el Pla d'Accions anual i els projectes estratègics de 2026.
- 2- NOTIFICAR el present acord a la Gerència de serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona.
- 3- RATIFICAR l'acord pel Ple de la corporació

Ho mana i signa la Presidenta del Consell Comarcal de l'Anoia.

5. Ratificació Decret 0008/2026 Aprovació dels encàrrecs de gestió per a l'execució del Programa Treball i Formació 2025	
Favorable	Tipus de votació: Ordinària
	A favor: 31, En contra: 0, Abstencions: 0, Absents: 0

Diu el decret a ratificar,

El Decret legislatiu 4/2003, de 4 de novembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de l'organització comarcal de Catalunya, atorga als consells comarcals competències en matèria d'assistència i cooperació als municipis.

El Consell Comarcal compta entre les seves competències, les que estableix l'article 25.1. c) de l'esmentat Decret Legislatiu 4/2003, bé perquè n'és titular de la competència o perquè aquesta li ha estat delegada o encarregada pel municipi.

El Consell Comarcal de l'Anoia recollint les demandes de municipis de la comarca, va presentar sol·licitud de subvenció en el marc de la Resolució EMT/2922/2025, de 17 de juliol, per la qual s'obre la convocatòria de subvencions per a l'any 2025 en relació amb les actuacions del programa Treball i Formació per a joves tutelats i joves en situació d'alta vulnerabilitat (SOC-TRFO Joves Tutelats i alta vulnerabilitat) (ref. BDNS 848340).

En la Junta de Govern de data 1 de setembre de 2025 el Consell Comarcal de l'Anoia, va acordar aprovar una sol·licitud de subvenció en el marc de la convocatòria del Programa Treball i Formació 2025 línia JOVES en modalitat agrupada amb els ajuntaments de Santa Margarida de Montbui, Piera, Òdena i la Pobla de Claramunt per un import de 313.442,40eur

En data 12 de desembre de 2025 el Servei Públic d'Ocupació de Catalunya publica la resolució d'atorgament al portal e-tauler de la subvenció per a la realització de les actuacions del Programa Treball i Formació 2025 per a joves tutelats i joves en situació d'alta vulnerabilitat, on s'atorga al Consell Comarcal de l'Anoia 313.442,40 eur, sent acceptada en la Junta de Govern Local de data 29 de desembre de 2025.

Atès que el Consell Comarcal de l'Anoia és l'entitat promotora de l'agrupació de beneficiaris que conforma juntament amb els Ajuntaments de Santa Margarida de Montbui, Òdena, Piera i la Pobla de Claramunt amb poders suficients per sol·licitar, gestionar i percebre les subvencions corresponents, i per complir les obligacions que, com a beneficiària, correspon a l'agrupació.

Vist l'Informe-proposta emès per la Cap del departament d'Àmbit d'Estratègies per l'Ocupació per l'aprovació del conveni d'agrupació d'entitats entre el Consell Comarcal de l'Anoia i els Ajuntaments de Santa Margarida de Montbui, Òdena, Piera i la Pobla de Claramunt, en el marc del Programa Treball i Formació JOVES 2025.

Vist l'informe emès per el departament de Secretaria.

Atès el que disposa el capítol VI, de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, del Règim Jurídic del Sector Públic, respecte dels convenis, els seus requisits i contingut, així com la Llei 26 /2010, de Règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya.

Vist allò que estableix l'art. 52 del DL 2/2003 de 28 d'abril pel qual s'aprova el TRLMRLC, així com el vigent TR de la Llei d'Organització Comarcal de Catalunya

En ús de les atribucions conferides per l'article 5.k) del Reglament Orgànic Comarcal, i atesa la concurrència de les circumstàncies d'urgència degudament motivades,

RESOLC:

Primer.- ASUMIR per aquest únic acte la competència del Ple, atesa la urgència de formalitzar els Convenis d'Encàrrec de Gestió per a l'execució d'actuacions en el marc del Programa Treball i Formació, línia JOVES tutelats i en situació d'alta vulnerabilitat.

La urgència ve motivada pel fet que, d'acord amb la normativa reguladora de la subvenció atorgada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya (SOC), les actuacions de contractació han d'iniciar-se com a data límit el 31 de gener de 2026, i que l'incompliment d'aquest termini comportaria la revocació de la subvenció concedida.

Segon.- Aprovar els encàrrecs de gestió formalitzats mitjançant conveni amb els Ajuntaments de Santa Margarida de Montbui, Òdena, Piera i la Pobla de Claramunt, per a l'execució material del Programa Treball i Formació 2025, línia Joves Tutelats i alta vulnerabilitat (SOC-TRFO), en els termes que consten en les respectives minuts incorporades a l'expedient.

Tercer.- Condicionar l'eficàcia dels convenis aprovats en el punt anterior a l'adopció dels corresponents acords d'aprovació per part dels òrgans competents de cadascun dels Ajuntaments participants.

Quart.- Reconèixer els drets a favor del Consell Comarcal de l'Anoia derivats dels encàrrecs de gestió, per import total de 26.443,80 €, amb càrrec al concepte 11/462.63 del pressupost d'ingressos de l'exercici 2026, condicionat a la signatura dels convenis per part de les respectives corporacions municipals.

Cinquè.- Notificar la present resolució als Ajuntaments interessats, tot indicant-los la necessitat d'adoptar el corresponent acord d'aprovació pels seus òrgans competents.

Sisè.- Publicar els convenis signats al Portal de Transparència del Consell Comarcal, de conformitat amb l'article 8.1.b) de la Llei 19/2014, de 29 de desembre.

Setè.- Ratificar en el Ple del Consell Comarcal en la primera sessió ordinària que se celebri.

Ho mana i signa la Presidenta del Consell Comarcal de l'Anoia.

6. Ratificació Decret 0009/2026 Aprovació del conveni d'agrupació d'entitats per a l'execució del Programa Treball i Formació 2025	
Favorable	Tipus de votació: Ordinària
	A favor: 31, En contra: 0, Abstencions: 0, Absents: 0

Diu el decret a ratificar,

El Decret legislatiu 4/2003, de 4 de novembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de l'organització comarcal de Catalunya, atorga als consells comarcals competències en matèria d'assistència i cooperació als municipis.

El Consell Comarcal compta entre les seves competències, les que estableix l'article 25.1. c) de l'esmentat Decret Legislatiu 4/2003, bé perquè n'és titular de la competència o perquè aquesta li ha estat delegada o encarregada pel municipi.

El Consell Comarcal de l'Anoia recollint les demandes de municipis de la comarca, va presentar sol·licitud de subvenció en el marc de la Resolució EMT/2922/2025, de 17 de juliol, per la qual s'obre la convocatòria de subvencions per a l'any 2025 en relació amb les actuacions del programa Treball i Formació per a joves tutelats i joves en situació d'alta vulnerabilitat (SOC-TRFO Joves Tutelats i alta vulnerabilitat) (ref. BDNS 848340).

En la Junta de Govern de data 1 de setembre de 2025 el Consell Comarcal de l'Anoia, va acordar aprovar una sol·licitud de subvenció en el marc de la convocatòria del Programa Treball i Formació 2025 línia JOVES en modalitat agrupada amb els ajuntaments de Santa Margarida de Montbui, Piera, Òdena i la Pobla de Claramunt per un import de 313.442,40eur

En data 12 de desembre de 2025 el Servei Públic d'Ocupació de Catalunya publica la resolució d'atorgament al portal e-tauler de la subvenció per a la realització de les

actuacions del Programa Treball i Formació 2025 per a joves tutelats i joves en situació d'alta vulnerabilitat, on s'atorga al Consell Comarcal de l'Anoia 313.442,40 eur, sent acceptada en la Junta de Govern Local de data 29 de desembre de 2025.

Atès que el Consell Comarcal de l'Anoia és l'entitat promotora de l'agrupació de beneficiaris que conforma juntament amb els Ajuntaments de Santa Margarida de Montbui, Òdena, Piera i la Pobla de Claramunt amb poders suficients per sol·licitar, gestionar i percebre les subvencions corresponents, i per complir les obligacions que, com a beneficiària, correspon a l'agrupació.

Vist l'Informe-proposta emès per la Cap del departament d'Àmbit d'Estratègies per l'Ocupació per l'aprovació del conveni d'agrupació d'entitats entre el Consell Comarcal de l'Anoia i els Ajuntaments de Santa Margarida de Montbui, Òdena, Piera i la Pobla de Claramunt, en el marc del Programa Treball i Formació JOVES 2025.

Vist l'informe emès per el departament de secretaria.

Atès el que disposa el capítol VI, de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, del Règim Jurídic del Sector Públic, respecte dels convenis, els seus requisits i contingut, així com la Llei 26 /2010, de Règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya.

Vist allò que estableix l'art. 52 del DL 2/2003 de 28 d'abril pel qual s'aprova el TRLMRLC, així com el vigent TR de la Llei d'Organització Comarcal de Catalunya.

RESOLC:

Primer.- ASUMIR per aquest únic acte la competència del Ple, atesa la urgència de formalitzar el Conveni d'agrupació d'entitats en el marc del Programa Treball i Formació, línia JOVES tutelats i en situació d'alta vulnerabilitat.

La urgència ve motivada pel fet que, d'acord amb la normativa reguladora de la subvenció atorgada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya (SOC), les actuacions de contractació han d'iniciar-se com a data límit el 31 de gener de 2026, i que l'incompliment d'aquest termini comportaria la revocació de la subvenció concedida.

Segon.- Aprovar el conveni d'agrupació d'entitats amb els Ajuntaments de Santa Margarida de Montbui, Òdena, Piera i la Pobla de Claramunt, per a l'execució material del Programa Treball i Formació 2025, línia Joves Tutelats i alta vulnerabilitat (SOC-TRFO), en els termes que consten en les minuts incorporades a l'expedient.

Tercer.- Condicionar l'eficàcia del conveni aprovat en el punt anterior a l'adopció dels corresponents acords d'aprovació per part dels òrgans competents de cadascun dels Ajuntaments participants.

Quart.- Aprovar i disposar a nom dels Ajuntaments a càrrec de les partides pressupostàries 11/462.00.12/241.03, del pressupost de despeses de 2026, els següents imports:

Ajuntament	Import atorgat
Ajuntament de Santa Margarida de Montbui	105.775,20 €

Ajuntament de Piera	52.887,60 €
Ajuntament d'Òdena	79.331,40 €
Ajuntament de la Pobla de Claramunt	26.443,80 €
TOTAL	264.438,00 €

Cinquè.- Notificar la present resolució als Ajuntaments interessats, tot indicant-los la necessitat d'adoptar el corresponent acord d'aprovació pels seus òrgans competents.

Sisè.- Publicar els convenis signats al Portal de Transparència del Consell Comarcal, de conformitat amb l'article 8.1.b) de la Llei 19/2014, de 29 de desembre.

Setè.- Ratificar en el Ple del Consell Comarcal en la primera sessió ordinària que se celebri. Ho mana i signa la Presidenta del Consell Comarcal de l'Anoia.

7. Expedient 1468/2025. Aprovació pròrroga Pla Intern d'Igualtat 2025

Favorabl e	Tipus de votació: Ordinària
	A favor: 27 (CM, CP i ERC), En contra: 0, Abstencions: 4 (AM, VOX i ARA), Absents: 0

Fets i fonaments de dret:

La Unitat d'Igualtat i Famílies ha emès informe-proposta sobre la vigència i continuïtat del Pla Intern d'Igualtat de Gènere 2019-2022 del Consell Comarcal de l'Anoia, justificant la necessitat d'una mesura transitòria que garanteixi la continuïtat de les polítiques d'igualtat interna fins a l'aprovació del nou pla.

El Pla Intern d'Igualtat 2019-2022, aprovat amb suport tècnic de la Diputació de Barcelona, va finalitzar la seva vigència el 31 de desembre de 2022. Tot i que s'ha interpretat com a prorrogada de facto la seva vigència, no consta cap acord formal de pròrroga aprovat pel Ple.

Durant els anys 2024-2025 s'ha dut a terme l'avaluació del Pla, amb el suport del Servei de Polítiques d'Igualtat de la Diputació de Barcelona, com a pas previ i requeriment indispensable per a l'elaboració del nou Pla intern.

Atès que l'elaboració del nou Pla Intern d'Igualtat del Consell Comarcal de l'Anoia s'ha vist endarrerida per diversos factors.

Vist que de forma paral·lela, s'ha actualitzat el Protocol intern per a la prevenció, detecció, actuació, seguiment i reparació davant situacions d'assetjament sexual i per raó de sexe, incorporant-hi la perspectiva LGTBI, aprovat pel Ple per al període 2024-2030 i registrat conforme a la normativa estatal.

La legislació aplicable vindrà determinada per:

— La Llei orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva de dones i homes.

- El Reial decret 901/2020, de 13 d'octubre, que regula els plans d'igualtat i el seu registre.
- La Llei 17/2015, de 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes (Catalunya).
- La Llei 5/2008, de 24 d'abril, del dret de les dones a eradicar la violència masclista, i Llei 17/2020, de modificació.
- La Llei 19/2020, de 30 de desembre, d'igualtat de tracte i no-discriminació.
- La Llei 11/2014, de 10 d'octubre, per garantir els drets de les persones LGTBI.
- La Llei 4/2023, de 28 de febrer, per a la igualtat real i efectiva de les persones trans i per a la garantia dels drets LGTBI.

Vista la proposta de resolució PR/2025/199 de 18 / de desembre/ 2025.

Resolució:

Primer.- PRORROGAR el Pla Intern d'Igualtat 2019-2022 del Consell Comarcal de l'Anoia de manera transitòria fins l'aprovació del nou Pla Intern d'Igualtat 2026-2030.

Segon.- NOTIFICAR als interessats.

La Sra. Carme González en explicació de la proposta exposa que com es va comentar a les comissions, el que portem a aprovació avui és la pròrroga del Pla Intern d'Igualtat, ja que s'està treballant en el nou Pla Intern i és una formalitat que s'ha de fer. Aquests plans interns d'igualtat s'han de tenir per tema de subvencions perquè les puguin concedir. L'únic que fem és aquest tràmit de la pròrroga de l'actual fins que no tinguem el definitiu, el nou. A la comissió, el conseller Ortínez va demanar quin termini s'havia previst per tenir el nou pla. Des del Departament em comenten que, com a màxim, seran 6 mesos. Intentaran que sigui abans, però com a màxim, també pel personal que hi ha al Departament, seran màxim 6 mesos.

Intervé el Sr. Pau Ortínez i exposa que era la pròrroga del Pla d'Igualtat Intern 2019-2022 que, per qüestions que són evidents pel públic que ens pugui escoltar, es fa estrany que un Pla d'Igualtat 2019-2022 es prorrogui ara al 2025 per l'any 2026, tenim la sensació que és una pròrroga que respon —de fet, ja ho comentava la consellera— a la necessitat de poder presentar sol·licituds de subvenció o poder justificar subvencions de cara a administracions supramunicipals, i que potser no parteix de la voluntat que aquest Pla d'Igualtat es vagi revisant any a any i que es posi en marxa. Aquesta és la sensació que tenim. Per tant, creiem que, com passa amb altres àmbits d'aquesta casa, amb l'àmbit de recursos humans, com s'ha comentat en alguns punts anteriors —hi ha una RLT que està pendent des de fa anys—, passa també en aquest àmbit, passa amb altres àmbits que ho hem demanat moltes vegades, com el projecte de gestió de biomassa, que no acaba arribant en aquest moment. Es parteix des de l'oposició de la sensació que sí que es diu que es farà tot i que hi ha bona voluntat per part de l'equip de govern, però la realitat després és que un Pla d'Igualtat que s'acabava el 31 de desembre de 2022, a 27 de gener de 2026, es prorrogui l'existent.

La Sra. Carme González exposa que el Consell Comarcal té els recursos que té. S'han de fer esforços titànics moltes vegades per poder arribar al que com a govern i com inclús el propi departament vol: tenir-ho tot el més actualitzat possible. El departament no només treballa amb el Pla Intern d'Igualtat. S'ha treballat també amb tema d'Igualtat amb el Pla d'Espais d'Oci. S'està fent molta feina perquè hi ha una aposta a nivell de govern clara amb el tema de la igualtat. Vull posar en valor aquesta gran feina que es fa des d'un departament que no hi ha una dotació econòmica com la que hauria de tenir, ni una dotació de personal com la que hi hauria de ser-hi, per poder ja no tenir aquests plans sinó anar molt més enllà, que és el que ens agradaria a tots. Assumim, en tot cas també, la meva part de culpa d'agafar-ho i de dir "si es porta a la pròrroga d'aquest Pla", però per al que comento: perquè els mitjans són els que són, els recursos són els que són, i el departament realment està treballant molt, molt bé i amb una visió més àmplia que no tan sols en el que és el treball d'un Pla Intern d'Igualtat que hem de tenir.

Per Presidència s'exposa que vam comentar a les comissions, però tornem a repetir, que tot i que s'hagin fet les pròrrogues, el Pla d'Igualtat que hem tingut al Consell ha estat totalment vigent. Quan s'han fet les pròrrogues era perquè sí que tocava i que hi havia aquestes pròrrogues. I un cop acabades les pròrrogues preceptives d'aquest Pla d'Igualtat, ara sí que hem de prorrogar l'últim tram. Però fins ara, del 19 al 25, totes les pròrrogues que s'han fet estaven perfectament en vigor, se'n podia aplicar. Gaudien altres ajuntaments d'aquest Pla per poder demanar les subvencions. No és que perquè nosaltres puguem demanar subvencions a instàncies superiors, sinó perquè els ajuntaments de la nostra comarca puguin demanar i tirar d'aquest Pla. Als ajuntaments hi ha hagut moltíssim suport. Tot i que ara ens donem un termini de 6 mesos per la pròrroga de les últimes pròrrogues, que està previst en els plans, que ha estat vigent fins a l'últim dia i segueix vigent —evidentment, amb la ratificació d'aquest expedient avui a plenari—, però que no hem deixat de donar servei a cap ajuntament ni al Consell pròpiament dit.

Intervé el Sr. Pau Ortínez i exposa que també posen en valor la feina del Departament, si nosaltres, i jo crec que en cap part de l'argumentació he dit res contra la feina del Departament, en tot cas posar-ho en valor. Simplement jo he posat sobre la taula que ja és un Pla que prorroguem ara per circumstàncies alienes, diguéssim, al funcionament normal d'aquest Consell. Penso que a vegades està bé que altres administracions obliguin administracions com els Consells Comarcals o els ajuntaments a tenir la feina feta i endreçada, perquè si no, a vegades la pròpia dinàmica de la feina del dia a dia no et fa pensar que has d'actualitzar aquests plans o que has de fer la feina. Per tant, crec que està bé, diguéssim, que es posi sobre la taula. Per tant, li agraeixo al meu torn dir que s'hagués pogut fer abans. I en tot cas de recursos, diguéssim, de recursos són els que són, però a vegades per altres coses sí que hi ha recursos i per això no. Vull dir que és feina seva, crec, i en aquest cas crec que és una realitat, en aquest cas de la consellera, que si no hi ha, per suposat, tota la Generalitat o d'altres administracions, que cadascú faci la feina seva en el seu àmbit: que la Generalitat faci la feina i que els Consells Comarcals també facin la feina, per tal de tenir aquests plans al dia per avançar cap a la igualtat a nivell extern però també a nivell intern dels treballadors. I els emplaço que, en la mesura del possible, quan aquest pla estigui més avançat, que també ens el comparteixin a la resta de forces polítiques per poder revisar-lo abans de sotmetre'l a aprovació. És a dir, diguéssim, que no tinguem el pla a falta d'una setmana

per aprovació amb una comissió informativa o a falta de deu dies quan ens ho comparteixen, sinó abans, també per poder-ho fer una ullada abans de sotmetre la votació d'aquí 6, 7 o 8 mesos, quan sigui.

Intervé la Sra. Carme González i exposa que ho traslladarà a la tècnica. Que ho torno a repetir que el departament no només treballa amb el Pla Intern d'Igualtat. S'està fent molta feina perquè hi ha una aposta a nivell de govern clara amb el tema de la igualtat. I, creiem, és molt important i s'ha treballat amb altres plans que, a part de que aquests ajuntaments s'hi poden adherir, com és el Pla d'Assetjament en Espais d'Oci, que era un pla molt important, molt necessari i que molts ajuntaments s'hi han adherit, amb el qual ho torno a repetir. El departament és el que és, el personal és el que és. I jo m'he referit al personal agraint-li perquè —torno a repetir— no és que vostè hagi fet cap referència sobre el personal, però sí que ho volia posar en valor, perquè no hi ha prou. A mi m'agradaria, si fos per mi, trauria diners d'altres partides, d'altres conselleries... És el que hi ha. I encara que hi poséssim més diners, si no hi ha més persona humana que hi estigui al darrere, arribem on arribem.

8. Expedient 1782/2025. Aprovació Pla Estratègic de turisme 2026-2031

FavorableQ

Tipus de votació: Ordinària

A favor: 31, En contra: 0, Abstencions: 0, Absents: 0

Fets i fonaments de dret:

El Consell Comarcal de l'Anoia té entre els seus objectius promoure el desenvolupament econòmic de la comarca mitjançant l'execució, la contractació o la participació en serveis, programes i projectes per millorar la qualitat de l'activitat econòmica, la competitivitat de les empreses i el foment del territori basat en la conservació del paisatge, l'economia social i el desenvolupament sostenible gestionant des de l'àmbit de Promoció Comarcal i Desenvolupament Turístic la promoció turística i el desenvolupament de producte turístic a l'Anoia mitjançant el projecte Anoia Turisme.

Tot i que la comarca de l'Anoia no es considerada una comarca turística, durant aquests anys mitjançant el projecte Anoia Turisme s'ha treballat per tal d'elaborar projectes globals estratègics per a la comarca enfocant-se en el turisme slow i de sostenibilitat.

Per tal de maximitzar esforços, recursos i finançament s'ha procedit a l'elaboració d'un nou pla estratègic, un Pla Director de Turisme de l'Anoia per tal de consolidar la comarca de l'Anoia com a comarca turística d'interior, amb projectes que reforcin les seves particularitats i diferències. Aquest Pla Director de Turisme de l'Anoia ha estat elaborat per la consultora Biterna Tourism & Culture, SL basant-se en 4 fases: investigació, diagnòstic, disseny de l'estratègia i pla d'accions i en data 4 de novembre de 2025 va ser presentat als ajuntaments que formen part del Projecte Anoia Turisme, plantejant un full de ruta a executar en els propers anys.

Atès que aquest Pla Estratègic de Turisme de l'Anoia és un pla consensuat amb el sector turístic de la comarca i és de llarg recorregut.

Vista la proposta de resolució PR/2025/113 de 11 / de desembre/ 2025.

Resolució:

- 1.- APROVAR el Pla Estratègic de turisme de la comarca de l'Anoia 2026-2031 elaborat per BITERNA TOURISM & CULTURE, S.L, per part de l'òrgan competent.
- 2.- Que es notifiqui aquesta aprovació a la Gerència de serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona.

Documents annexos:

- Annex 1. Pla estratègic de turisme de l'Anoia

9. Expedient 1455/2025. Aprovació conveni col·laboració interadministrativa Aj. Igualada projecte Treball a les comarques- Projecte Comarcal Anoia Activa	
Favorable	Tipus de votació: Ordinària
	A favor: 31, En contra: 0, Abstencions: 0, Absents: 0

Fets i fonaments de dret:

El Decret legislatiu 4/2003, de 4 de novembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de l'organització comarcal de Catalunya, atorga als consells comarcals competències en matèria d'assistència i cooperació als municipis.

El Consell Comarcal compta entre les seves competències, les que estableix l'article 25.1.

c) de l'esmentat Decret Legislatiu 4/2003, bé perquè n'és titular de la competència o perquè aquesta li ha estat delegada o encarregada pel municipi.

En data 12 de maig de 2025, es va publicar al DOGC núm. 9410 la Resolució EMT/1655

/2024, de 29 d'abril, per la qual s'obria la convocatòria per a l'any 2025 per a la concessió de subvencions destinades al Programa de suport als territoris amb més necessitats de reequilibri territorial i econòmic: projecte Treball a les Comarques (SOC – Projecte Treball a les Comarques) (ref. BDNS 830353)

Mitjançant Decret de Presidència núm. 0126-2025 de data 1 de juliol de 2025 el Consell Comarcal de l'Anoia, va acordar aprovar una sol·licitud de subvenció en el marc de la convocatòria del Projecte "Treball a les comarques" coliderat amb l'Ajuntament d'Igualada per un import de 686.682,49€, per a la realització del projecte denominat "Projecte Comarcal Anoia Activa", d'acord a la Resolució EMT/1655/2024 de 29 d'abril, per la qual s'obria la convocatòria per a l'any 2025.

En data 30 de setembre de 2025 el Servei Públic d'Ocupació de Catalunya va notificar al Consell Comarcal de l'Anoia la resolució d'atorgament de la subvenció del Programa Treball a les comarques per import de 618.014.23€, sent acceptada per acord de Junta de Govern de data 20 d'octubre de 2025.

Atès que el Consell Comarcal de l'Anoia és l'entitat representant o apoderada única de l'agrupació de beneficiaris que conforma juntament amb l'Ajuntament d'Igualada, amb poders suficients per sol·licitar, gestionar i percebre les subvencions corresponents, i per complir les obligacions que, com a beneficiària, correspon a l'agrupació.

En data 24 d'octubre de 2025 la Cap d'àmbit d'Estratègies per l'Ocupació emèt un informe- proposta per a l'aprovació del conveni de col·laboració amb l'Ajuntament d'Igualada en el marc del Projecte Treball a les Comarques-Projecte Comarcal Anoia Activa.

Atès el que disposa el capítol VI, de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, del Règim Jurídic del Sector Públic, respecte dels convenis, els seus requisits i contingut, així com la Llei 26

/2010, de Règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya.

Vist allò que estableix l'art. 52 del DL 2/2003 de 28 d'abril pel qual s'aprova el TRLMRLC, així com el vigent TR de la Llei d'Organització Comarcal de Catalunya.

Vista la proposta de resolució PR/2026/30 de 14 / de gener / 2026.

Resolució:

PRIMER.- APROVAR el conveni de col·laboració interadministrativa entre el Consell Comarcal de l'Anoia i l'Ajuntament d'Igualada en el marc del Projecte Treball a les Comarques-Projecte Comarcal Anoia Activa que consta a l'annex.

SEGON.- HABILITAR a la Presidenta de la Corporació, per a la signatura de quanta documentació sigui necessària per perfeccionar els convenis.

TERCER.- APROVAR I DISPOSAR a nom de l'Ajuntament d'Igualada l'import de 308.571,23 € a càrrec de la partida pressupostària 11/462.00.05/241.05 del pressupost de despeses 2026 condicionat a la seva aprovació.

QUART.- PROCEDIR al pagament del 80% de la quantitat atorgada per un import de 246.856,98 €, a l'Ajuntament d'Igualada, una vegada el Consell Comarcal de l'Anoia rebí el pagament inicial per part del Servei d'Ocupació de Catalunya. del 20% restant es tramitarà un cop l'activitat subvencionada hagi estat degudament justificada.

En cas que s'hagin produït minoracions o renúncies o revocacions, s'adaptarà aquest segon pagament a l'import finalment atorgat.

Cada entitat es farà responsable de l'acompliment de les activitats compromeses al projecte i de les revocacions que rebí per part del SOC. En el cas del Consell Comarcal de l'Anoia, aquest assoliment s'establirà segons el relacionat a l'annex del conveni i pel que respecte a l'Ajuntament d'Igualada, aquest assoliment s'establirà segons el relacionat a l'annex 2 del conveni.

CINQUÈ.- NOTIFICAR aquest acord als ajuntaments interessats.

SISÈ.- PUBLICAR el conveni signat al Portal de Transparència de conformitat amb el que estableix l'article 8 de la Llei 19/14.

B) ACTIVITAT DE CONTROL

10. Despatx de Presidència

Que s'ha demanat reunió amb l'ICAEN en relació a la línia LUPUS contra la que el consell va interposar un recurs contenciós administratiu. Que els informarà de la mateixa.

11. Decrets de presidència

Favorable **Tipus de votació:** Unanimitat/Assentiment

Resolució:

Es dona compte dels següents decrets de Presidència:

Nom	Resum	Expedient
DECRET 2026-0004	Emprèn Cat 2026-2027	141 /2026
DECRET 2026-0003	ANNEXA 0755-2025 CONVENI AJUNTAMENTS COMARCA PROGRAMA ANOIA ACTIVA	1381 /2025
DECRET 2026-0002	ANNEXA 1048/2025 CONCURS OPERARI/ARIA DE NETEJA	18 /2026
DECRET 2025-0333	ANNEXA 1374-0454/2025 Bestretes 2025 Conveni Transport Adaptat FAP	1443 /2025
DECRET 2025-0334	ANNEXA 1043-2025 Subvenció nominativa Centres oberts 2025	1591 /2025
DECRET 2025-0332	ANNEXA 2859-0713/2025 Ajuts individuals de Transport Adaptat 2025	1404 /2025
DECRET 2025-0327	PRÒRROGA Tècnic/a en prevenció del consum de drogues i altres conductes de risc	1719 /2025
DECRET 2025-0329	PRÒRROGA INTEGRADORA SOCIAL	1958 /2025
DECRET 2025-0328	PRÒRROGA personal programa Equitat en els treballs	1951 /2025
DECRET 2025-0330	ANNEXA - 1206/2025 - NOMENAMENT INTEGRADOR/A PROGRAMA "Reforç projectes de joventut" --	1715 /2025
DECRET 2025-0326	CTO. PERSONAL PROGRAMA TEMPORAL "PROJECTE COMARCAL ANOIA ACTIVA"	1977 /2025
DECRET 2025-0325	Cto. Personal Dinamitzador/a cívica/a emancipació juvenil --	1967 /2025
DECRET 2025-0324	PRÒRROGA AUX ADMIN INTERVENCIÓ	1895 /2025
DECRET 2025-0322	PRÒRROGA PERSONAL PROGRAMA Suport al treballador del CCA (NOVES TECNOLOGIES)	1595 /2025

DECRET 2025-0323	PRÒRROGA PERSONAL PROGRAMA Suport al treballador del CCA (NOVES TECNOLOGIES)	1595 /2025
DECRET 2025-0321	Pròrroga jurista programa Suport Tècnic als Equips Bàsics de Serveis Socials d'Atenció Primària	1971 /2025
DECRET 2025-0317	PRÒRROGA programa Suport administratiu al departament de benestar social	1954 /2025
DECRET 2025-0319	PRÒRROGA PERSONAL SOC ORIENTA	1548 /2025
DECRET 2025-0320	PRÒRROGA PERSONAL SOC ORIENTA	1548 /2025
DECRET 2025-0318	PRÒRROGA PERSONAL SOC ORIENTA --	1548 /2025
DECRET 2025-0316	PRÒRROGA programa d'Atenció Integral al col·lectiu LGTBI a l'Anoia	1950 /2025
DECRET 2025-0315	ANNEXA 2883-0087/2025 CONCESSIÓ DIRECTA DE LA GESTIÓ DE LES AUS 2025	1405 /2025
DECRET 2025-0314	PRÒRROGA JURISTA	1717 /2025
DECRET 2025-0313	PRÒRROGA TS PROGRAMA reforç als serveis socials	1972 /2025
DECRET 2025-0310	PRÒRROGA Psicòleg/oga del SIAD	1718 /2025
DECRET 2025-0312	PRORROGA psicòloga Serveis Socials d'Atenció Primària	1953 /2025
DECRET 2025-0311	Pròrroga nomenament Orientador/a Familiar al Consell Comarcal de l'Anoia	1936 /2025
DECRET 2025-0309	ANNEXA - 1205/2025 NOMENAMENTS TÈCNIQUES DE JOVENTUT PROGRAMA "Reforç projectes de joventut" --	1549 /2025
DECRET 2025-0307	PRÒRROGA TÈCNIC/A ARXIU COMARCAL	1852 /2025
DECRET 2025-0308	PRÒRROGA PERSONAL Els serveis locals d'ocupació que utilitzen la Plataforma Xaloc i Digit-All --	1554 /2025
DECRET 2025-0305	PRÒRROGA INTEGRADOR/A SOCIAL	1926 /2025
DECRET 2025-0304	ANNEXA - 1205/2025 NOMENAMENTS TÈCNIQUES DE JOVENTUT PROGRAMA "Reforç projectes de joventut" --	1549 /2025
DECRET 2025-0306	Pròrroga nomenament Tècnica OCITE	1931 /2025
DECRET 2025-0302	ANNEXA - 1119/2025 - PRÒRROQUES PERSONAL DEPARTAMENT JOVENTUT	1584 /2025
DECRET 2025-0300	ANNEXA - 1119/2025 - PRÒRROQUES PERSONAL DEPARTAMENT JOVENTUT	1584 /2025
DECRET 2025-0301	ANNEXA - 1119/2025 - PRÒRROQUES PERSONAL DEPARTAMENT JOVENTUT	1584 /2025
DECRET	ANNEXA - 1119/2025 - PRÒRROQUES PERSONAL DEPARTAMENT	1584

2025-0303	JOVENTUT	/2025
DECRET 2025-0299	ANNEXA - 1119/2025 - PRÒRROGUES PERSONAL DEPARTAMENT JOVENTUT	1584 /2025
DECRET 2025-0296	PRÒRROGA PERSONAL RH --	1855 /2025
DECRET 2025-0298	CONVOCATORIA I ASSIGNACIONS - AJUTS MENJADOR ESCOLAR CURS 2025-2026	1944 /2025
DECRET 2025-0297	ANNEXA 1193/2025 Pròrroga Tècnica del Programa de Cures i Acció Comunitària	1911 /2025
DECRET 2025-0295	PRÒRROGA PERSONAL RH --	1855 /2025
DECRET 2025-0294	ANNEXA - 1119/2025 - PRÒRROGUES PERSONAL DEPARTAMENT JOVENTUT	1584 /2025
DECRET 2025-0293	BASES AIM's - CONVOCATORIA I ASSIGNACIONS - AJUTS MENJADOR ESCOLAR CURS 2025-2026	1944 /2025
DECRET 2025-0292	ANNEXA - 1179/2025 - PRÒRROGA L.E	1589 /2025
DECRET 2025-0291	Aprovació factures omissió desembre II	1968 /2025
DECRET 2025-0290	Aprovació factures omissió desembre II	1968 /2025
DECRET 2025-0289	Aprovació factures Omissió Desembre 2025	1861 /2025
DECRET 2025-0287	1046 - Sessions de la Junta de Govern local /JUNTA DE GOVERN 29/12/2025	JG /2025 /25
DECRET 2025-0288	Aprovació factures Omissió Desembre 2025	1861 /2025
DECRET 2025-0286	ANNEXA - 1257/2025 - pròrroga Tècnic de Promoció Comarcal programa terra de castells i suport a municipis	1707 /2025
DECRET 2025-0285	OPO2024-4 2 FUNCIONARIS/ÀRIES ADMINISTRATIU/VA ENSENYAMENT I CULTURA	1675 /2025
DECRET 2025-0284	OPO2024-4 2 FUNCIONARIS/ÀRIES ADMINISTRATIU/VA ENSENYAMENT I CULTURA --	1675 /2025
DECRET 2025-0283	PLE EXTRAORDINARI I URGENT 22/12/2025	PL /2025 /15
DECRET 2025-0282	Modificació de crèdit 14	1903 /2025
DECRET 2025-0280	SUBVENCIÓ ACCIONS DE SUPORT I MILLORA DELS SERVEIS COMARCALS A LA CIUTADANIA	1768 /2025
DECRET 2025-0281	SUBVENCIÓ APINAS	1533 /2025
DECRET 2025-0279	ANNEXA 0802/2025 CONCURS TREBALLADORS/ES SOCIALS I EDUCADORS/ES SOCIALS	1446 /2025

DECRET 2025-0278	Nomenament per Susstitució OAC	1494 /2025
DECRET 2025-0277	ANNEXA 1107/2025 - INTERINATGE J.B	1492 /2025
DECRET 2025-0276	ANNEXA 0893/2025 INTERINATGE M.M	1498 /2025
DECRET 2025-0275	ANNEXA 1627-1359/2025 Modificació de crèdit 13/2025	1417 /2025
DECRET 2025-0274	Convocatòria Ple Ordinari desembre 2025	PL /2025 /14
DECRET 2025-0273	convocatòria Junta Portaveus 15/12/2025	JG /2025 /24
DECRET 2025-0272	Consell d'Alcaldes desembre 2025	CA /2025 /7
DECRET 2025-0271	ANNEXA 1359-0403/2025 INSPECCIÓ CC LA CENSADA 2025	1638 /2025
DECRET 2025-0270	ANNEXA 1359-0406/2025 INSPECCIÓ CJ ÒDNA VILLAGE 2025	1641 /2025
DECRET 2025-0268	Expedient CP/2025/11	CP /2025 /11
DECRET 2025-0269	Expedient JG/2025/23	JG /2025 /23
DECRET 2025-0267	Expedient JP/2025/14	JP /2025 /14
DECRET 2025-0266	Expedient CI/2025/11	CI /2025 /11

Es donen per reproduïts.

12. Expedient 127/2026. Dació compte Pla anual de control financer 2026

Favorable	Tipus de votació: Unanimitat/Assentiment
------------------	-------------------------------------------------

Fets i fonaments de dret:

Vista la proposta de resolució PR/2026/55 de 15 / de gener / 2026.

Resolució:

1. FETS

L'article 31 Reial decret 424/2017, de 28 d'abril, pel qual es regula el règim jurídic del control intern en les entitats del sector públic local, disposa que l'òrgan interventor ha d'elaborar un Pla anual de control financer que recollirà totes les actuacions planificables de control permanent i d'auditoria pública a realitzar durant l'exercici.

2. FONAMENTS DE DRET

1. L'article 29 del Reial Decret 424/2017, de 28 d'abril pel qual s'aprova el règim jurídic del control intern de les entitats del sector públic local (RCIL) estableix que el control financer de l'activitat economicofinancera del sector públic local s'ha d'exercir mitjançant l'exercici del control permanent i l'auditoria pública, incloent, en ambdues, el control d'eficàcia referit en l'article 213 del Reial Decret Legislatiu 2/2004, de 5 de març, pel qual s'aprova el text refós de la Llei Reguladora de les Hisendes Locals (TRLRHL).

El control permanent s'exercirà sobre l'entitat local i els organismes públics en què es realitza la funció interventora amb l'objectiu de comprovar, de forma contínua, que el funcionament de l'activitat econòmic financera del sector públic local s'ajusta a l'ordenament jurídic i als principis generals de bona gestió financera, amb l'objectiu últim de millorar la gestió en el seu aspecte econòmic, financer, patrimonial, pressupostari, comptable, organitzatiu i procedimental.

2. L'article 31 del RCIL estableix que l'òrgan interventor ha d'elaborar un Pla anual de control financer (PACF) que recollirà totes les actuacions de control permanent i d'auditoria pública a realitzar durant l'exercici.

El PACF inclourà totes aquelles actuacions que derivin d'una obligació i aquelles que anualment se seleccionin sobre la base d'una anàlisi de riscos consistent amb els objectius que es pretenguin aconseguir, les prioritats establertes per a cada exercici i els mitjans disponibles.

3. L'article 32.1.d del RCIL determina que amb caràcter obligatori es realitzaran les actuacions de control permanent previstes en les normes pressupostàries i reguladores de la gestió econòmica del sector públic local atribuïdes a l'òrgan interventor que s'indiquen a continuació. Aquestes actuacions consisteixen en:

a) L'auditoria de sistemes per verificar que els corresponents registres comptables de factures compleixen amb les condicions de funcionament que preveu la Llei 25/2013, de 27 de desembre, d'impuls de la factura electrònica i creació del registre comptable de factures en el Sector Públic (LFE) i la normativa de desenvolupament i, en particular, que no queden retingudes factures presentades al punt general d'entrada de factures electròniques, dirigides a òrgans o entitats de la respectiva entitat, en cap de les fases del procés, establerta en l'article 12.3 de la LRCF.

b) L'informe d'avaluació del compliment de la normativa en matèria de morositat previst a l'article 12.2 de la LRCF.

c) La verificació de l'existència d'obligacions derivades de despeses realitzades o béns realitzats, o béns i serveis rebuts sense imputació pressupostària (compte 413, només sobre entitats no subjectes a auditoria de comptes), d'acord amb la DA 3ª de la Llei orgànica 9/2013, de 20 de desembre, de control del deute comercial en el sector públic.

4. L'article 29.3 del RCIL disposa que l'òrgan interventor de l'entitat local realitzarà anualment l'auditoria dels comptes anuals dels organismes autònoms locals, de les entitats públiques empresarials locals, de les fundacions del sector públic local obligades a auditar-se per la seva normativa específica i dels consorcis adscrits així com l'auditoria de compliment i operativa de les entitats del sector públic no sotmeses al control permanent.

5. L'article 44 i següents de la Llei 38/2003, de 17 de novembre, general de subvencions (LGS), estableix que es durà a terme un control financer de subvencions respecte dels beneficiaris i, si s'escau, de les entitats col·laboradores per raó de les subvencions que pugui concedir l'entitat local i els seus ens dependents.

6. L'article 6.2 de la Llei 19/2013, de 9 de desembre, de Transparència, accés a la informació pública i bon govern disposa que les administracions públiques publicaran els plans i programes anuals i plurianuals en els quals es fixin objectius concrets, així com les activitats, mitjans i temps previst per a la seva consecució.

3. CONSIDERACIONS PRÈVIES

El Pla anual de control financer té com a objectius principals

1. Comprovar el funcionament en l'aspecte econòmic i financer dels serveis del Consell Comarcal de l'Anoia*,* que ha de complir l'ordenament jurídic i els principis generals de bona gestió financera.

2. Verificar el grau de compliment dels objectius programats, del cost i del rendiment dels serveis de conformitat amb els principis d'eficiència, estabilitat pressupostària i sostenibilitat financera en l'ús dels recursos públics de Consell Comarcal de l'Anoia

3. Comprovar que els comptes anuals del Consell Comarcal de l'Anoia representen en tots els aspectes significatius la imatge fidel del patrimoni, de la situació financera, dels resultats de l'entitat i de l'execució del pressupost d'acord amb les normes i els principis comptables i pressupostaris que li són aplicables i que contenen la informació necessària per a la seva interpretació i comprensió adequada.

4. Millorar la gestió de Consell Comarcal de l'Anoia en el seu aspecte econòmic, financer, patrimonial, pressupostari, comptable, organitzatiu i procedimental.

5. En l'àmbit del control financer de beneficiaris de subvencions verificar:

- L'adequada i correcta obtenció de la subvenció per part del beneficiari.
- El compliment per part de beneficiaris i entitats col·laboradores de les seves obligacions en la gestió i aplicació de la subvenció
- L'adequada i correcta justificació de la subvenció per part de beneficiaris i entitats col·laboradores.
- La realitat i la regularitat de les operacions que hagin estat finançades amb la subvenció.

- L'adequat i correcte finançament de les activitats subvencionades.

Les finalitats complementàries del pla anual de control financer seran les següents:

1. Servir d'ajut a les finalitats de la Corporació en general.
2. Garantir la transparència de la gestió econòmica i financera dels organismes autònoms i serveis de la Corporació.
3. Proposar les àrees de millora de cada secció gestora.
4. Comprovar la correcta aplicació de les subvencions públiques i el compliment de la normativa en la seva gestió i justificació.

Per tal d'assolir els objectius i les finalitats exposades anteriorment, la Intervenció portarà a terme, d'acord amb el que estableix el RD 424/2017, les següents actuacions de control financer:

- Actuacions de control permanent

A tal efecte es redacta el pla al que han d'ajustar-se les actuacions de control financer que es desenvoluparan durant l'exercici i que s'exposa en els punts següents.

4. ACTUACIONS A REALITZAR

4.1 En matèria de control permanent

El control permanent es realitzarà sobre:

- Entitat comarcal

Les actuacions a realitzar de caràcter obligatori són les següents:

- a) L'auditoria de sistemes per verificar els registres comptables de factures.
- b) L'informe d'avaluació del compliment de la normativa en matèria de morositat.
- c) La verificació de l'existència d'obligacions derivades de despeses realitzades o béns realitzats, o béns i serveis rebuts sense imputació pressupostària (compte 413).
- d) La intervenció del Consell, d'acord amb els mitjans disponibles, podrà analitzar mostres obtingudes per mètodes estadístics centrades:

1. Contractació:

Control de la recurrència en la contractació menor de totes les àrees, tant en la tramitació del procediment ordinari, com el procediment simplificat regulat en les bases de execució del pressupost del Consell.

2. Ingressos: Anàlisi dels saldos dels drets pendents de cobraments d'exercicis tancats.

La intervenció seleccionarà altres àrees en les que s'hagi pogut detectar algun tipus de risc potencial d'incompliment d'algun dels objectius del Pla anual de Control financer.

4.2. En matèria d'auditoria pública

En no existir cap entitat dependent, no es preveuen actuacions en aquesta matèria.

4.3. Control financer de les subvencions i ajuts concedits

El control financer de subvencions s'exercirà respecte dels beneficiaris i, si s'escau, de les entitats col·laboradores per raó de les subvencions que pugui concedir el Consell Comarcal de l'Anoia.

El control financer de subvencions s'exercirà respecte dels beneficiaris i, si s'escau, de les entitats col·laboradores per raó de les subvencions que pugui concedir el Consell Comarcal de l'Anoia.

Tindrà com a abast el determinat en l'article 44 de la Llei 38/2003, General de Subvencions, i tindrà per objecte verificar:

- a) L'adequada i correcta obtenció de les subvencions per part del beneficiari.
- b) El compliment de les obligacions de gestió i aplicació de la subvenció.
- c) Adequada i correcta justificació de la subvenció i la realitat i regularitat de les operacions que d'acord amb la justificació presentada, han estat finançades amb la subvenció.
- d) Adequat i correcte finançament de les activitats en relació al que disposa l'article 19.3 de la Llei 38/2003 General de Subvencions.
- e) L'existència de fets, circumstàncies o situacions no declarades a l'administració que poguessin afectar a la subvenció.

El control financer de subvencions podrà consistir, entre d'altres, en:

- L'examen de registres comptables, comptes o estats financers i la documentació que els suporta, de beneficiaris i entitats col·laboradores.
- L'examen d'operacions individualitzades i concretes relacionades o que poguessin afectar a les subvencions concedides.
- La comprovació d'aspectes parcials i concrets d'una sèrie d'actes relacionats o que poguessin afectar a les subvencions concedides. La comprovació material de les inversions finançades.
- Les actuacions concretes de control que hagin de realitzar-se conforme amb el que en cada cas estableixi la normativa reguladora de la subvenció i, si escau, la resolució de la concessió.
- Qualsevol altres comprovacions que resultin necessàries en atenció les característiques especials de les activitats subvencionades

5. PLANIFICACIÓ

L'execució dels treballs de control financer inclosos en el present Pla, es realitzaran per l'òrgan interventor, de forma continua o amb posterioritat, d'acord amb el que preveuen el RCIL i les normes tècniques de control financer i auditoria pública dictades per la IGAE.

La planificació de les actuacions de control financer serà la següent:

INFORME MOROSITAT	Informe que avaluarà el compliment de la normativa en matèria de morositat. Actuació obligatòria de Control Permanent.	Durant el mes de febrer	Donar compte al Ple a efectes informatius. Publicar al portal Transparència
INFORME DESPESES POTES D' APLICAR A PRESSUPOST (413)	verificar l'existència d'obligacions derivades de despeses realitzades o béns i serveis rebuts pels quals no s'ha produït la seva imputació pressupostària (compte 413). Cal tenir la liquidació aprovada.	Durant el mes de maig.	Donar compte al Ple a efectes informatius.
AUDITORIA REGISTRE DE FACTURES	Una auditoria de sistemes per a verificar que els corresponents registres comptables de factures compleixen amb les condicions de funcionament previstes a la llei i a la seva normativa de desenvolupament. Les principals deficiències detectades	Durant el mes de juny	Donar compte al Ple a efectes informatius.

	s'inclouran a l'informe resum anual de control intern.		
CONTRACTACIÓ	Control de la recurrència en la contractació menor de totes les àrees, tant en la tramitació del procediment ordinari i com el procediment simplificat regulat en les bases de execució del pressupost del Consell.	A partir del mes de juny	Donar compte al Ple a efectes informatius.
INGRESSOS	Anàlisis dels saldos de drets pendents de cobrament d'exercicis tancats	A partir de maig	Donar compte al Ple a efectes informatius.
CONTROL FINANCER DE	És el control de subvencions que s'	S'iniciarà	Donar compte al

BENEFICIARIS DE SUBVENCIONS (àrea Ensenyament, ajuts transport)	exercirà sobre els beneficiaris i, si escau, entitats col·laboradores per raó de les subvencions atorgades amb càrrec als pressupostos.	en el mes d'agost	Ple a efectes informatius.
---------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------	----------------------------

6. RESULTAT DEL CONTROL INTERN

INFORME RESUM ANUAL DEL CONTROL INTERN	Informe amb els principals resultats de l'exercici del control intern del 2025	Límit de tramesa abans del 30 d'abril	Donar-ne compte al Ple. Tramesa: a la IGAE a través de l'aplicatiu RICEL
PLA D'ACCIÓ	Mesures a adoptar per a esmenar les debilitats, deficiències, errors i incompliments que es deriven de l'informe resum de control intern	S'ha de fer en el termini de 3 mesos des de la remissió de l'informe resum al Ple.	Donar compte al ple perquè en pugui fer un seguiment periòdic.

anual. Determinar el calendari d'implantació.			
-----------------------------------------------	--	--	--

7. MITJANS DISPONIBLES

Les actuacions de control financer previstes en aquest Pla es duran a terme directament per la Intervenció, sense perjudici de la col·laboració que resulti necessària, i si fos el cas la contractació externa, en tot cas els treballs sempre seran dirigits i supervisats per la Intervenció.

La Intervenció estima que la limitació de recursos i mitjans disponibles pot condicionar el compliment i execució del Pla anual i seria necessària l'ampliació de personal, per tal de dotar de recursos humans necessaris per a realitzar de forma directe aquesta i d'altres actuacions.

8. MODIFICACIÓ DEL PLA

La Intervenció podrà modificar el present PACF com a conseqüència de l'execució de controls, en virtut de sol·licitud o mandat legal, per variacions en l'estructura de les entitats objecte de control, per insuficiència de mitjans o per altres raons degudament ponderades.

9. INFORMACIÓ AL PLE

Del present Pla, així com de les seves possibles modificacions, se'n donarà compte al ple de la corporació.

Dels treballs i actuacions realitzades s'emetrà el corresponent informe per la Intervenció i es tramitarà d'acord amb el procediment establert en les normes tècniques de control

financer i auditoria dictades per la Intervenció General de l'Administració de l'Estat (IGAE).

D'acord amb els articles 220.3 del TRLRHL i 36.1 del RCIL, els informes definitius que resultin de les actuacions incloses en el present Pla, conjuntament amb les al·legacions efectuades per les entitats auditades, seran enviats, a través del president, al Ple de la corporació per al seu coneixement.

13. Presa de coneixement renúncia Conseller Comarcal Sr. Josep Lluís Gorgori González

El Ple s'en dona per assabentat.

Vist que en data 15 de gener de 2026, registre d'entrada 69, el Sr. JOSEP LLUIS GORGORI GONZÁLEZ, conseller del grup comarcal CANDIDATURA DEL PROGRÉS ha presentat escrit de renúncia a la seva condició de conseller comarcal per la qual fou nomenat mitjançant acord de ple de 14.07.2023.

Vista la Instrucció 1/2025, de 5 de febrer, de la Junta Electoral Central, sobre la substitució de càrrecs representatius locals (BOE 5/02/25).

Atès que el que procedeix es donar compte de la renúncia en el proper ple que se celebri, amb posterior comunicat a la Junta Electoral Central, i sol·licitar la credencial del conseller/a substitut/a als efectes del seu posterior nomenament i presa de possessió.

Atès que el renunciant exerceix el càrrec en règim de dedicació parcial amb efectes del dia 1 d'agost de 2023 establert per acord del Ple de data 21 de juliol de 2023,

S'ACORDA:

Primer.- DONAR COMPTE de la renúncia del conseller JOSEP LLUIS GORGORI GONZÁLEZ i sol·licitar a la Junta Electoral Central el nomenament del conseller/a substitut/a Sra. CARLA SUÁREZ NIETO.

Segon.- DECLARAR l'extinció del règim de dedicació parcial així com dels drets econòmics i obligacions inherents al càrrec, inclosa la situació d'alta a la Seguretat Social, amb efectes d'aquesta data.

Tercer.- NOTIFICAR el present acord a la Junta Electoral Central i a l'interessat.

La Presidència exposa que lamentablement, en aquest ple per motius laborals no pot estar. Es va acomiadar a les comissions informatives i així vam expressar en aquelles comissions l'agraïment. Però m'agradaria que constés en acta, senyor secretari, i que quedés registrat l'agraïment al conseller Gorgori per la feina feta en aquests dos anys i mig. Ha fet una feina amb el departament conjuntament, amb els recursos, o amb el que tenim i no ens faci. Ha fet una gran feina, començant de zero des de la seva conselleria, i volem agrair-li i desitjar-li molt d'èxit en aquesta nova etapa. M'ha demanat que traslladi el seu acomiadament pels que no van estar a les comissions i que avui lamentablement, per motius laborals, no pot estar.

14. Precs i Preguntes

DOCUMENT SIGNAT ELECTRÒNICAMENT

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

ÍNDEX D'ANNEXOS ACTA PL/2026/1

A) PART RESOLUTIVA

1. Expedient 1782/2025. Aprovació Pla Estratègic de turisme 2026-2021

- Annex 1. Pla estratègic de turisme de l'Anoia

B) ACTIVITAT DE CONTROL

A scenic landscape featuring a dirt road, a person walking, and a rocky cliffside with yellow flowers. The image is oriented vertically on the page.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

PLA ESTRATÈGIC DE TURISME COMARCA DE L' ANOIA 202

ÍNDEX

	Pàgina
1. Antecedents	3
2. Objectius i metodologia de treball	6
3. Anàlisi de la situació actual	9
4. Diagnòstic DAFO	70
5. Objectius de futur i directrius estratègiques	83
6. Eixos de treball i pla d'accions	104
7. Annexos	147

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme



ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

1.

Antecedents

L'Anoia, una comarca formada per tres unitats territorials

L'Anoia és una comarca ubicada al centre de Catalunya, amb una extensió de 868,9 km² i una població de poc més de 128.000 (Idescat, 2024). En formen part 33 municipis: Argençola, Bellprat, el Bruc, Cabrera d'Anoia, Calaf, Calonge de Segarra, Capellades, Carme, Castellfollit de Riubregós, Castellolí, Copons, els Hostalets de Pierola, Igualada (capital de comarca), Jorba, la Llacuna, Masquefa, Montmaneu, Òdena, Orpí, Piera, la Pobla de Claramunt, els Prats de Rei, Pujalt, Rubió, Sant Martí de Tous, Sant Martí Sesgueioles, Sant Pere Sallavinera, Santa Margarida de Montbui, Santa Maria de Miralles, la Torre de Claramunt, Vallbona d'Anoia, Veciana i Vilanova del Camí.

A nivell de població, Igualada suposa el 32% de població de la comarca. Hi ha 13 municipis de menys de 500 habitants, 5 d'entre 500 i 1000 habitants i 10 d'entre 1000 i 5000 habitants. Els 5 municipis que superen els 10.000 habitants (Masquefa, Santa Margarida de Montbui, Vilanova del Camí, Piera i Igualada) suposen gairebé el 72% de la població de la comarca.

La comarca es troba a la zona sud-oriental de la Depressió Central, sent el punt més alt de la comarca Sant Jeroni a 1.237 metres d'altitud, a Montserrat. L'Anoia fa frontera amb les comarques del Solsonès i la Segarra al nord, amb el Bages al nord-est, amb la Conca de Barberà al sud-oest, amb el Baix Llobregat al sud-est i amb l'Alt Penedès al sud.

L'Anoia es constitueix en diverses unitats geogràfiques amb paisatges diferenciats i també amb certa identitat per part de la gent que hi viu.. Les que tenen una identitat més marcada són l'Alta Anoia (al nord de la comarca i amb paisatge agrícola) i la Conca d'Òdena (al centre de la comarca, al voltant de la capital, Igualada, i on es concentra l'activitat més industrial).

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Mapa de la comarca de l'Anoia



Comarca poc coneguda però amb molts actius turístics

A nivell turístic, l'Anoia ofereix una gran varietat d'atractius i activitats que estan vinculades a la seva història, cultura i patrimoni natural. Amb la muntanya de Montserrat de teló de fons, i amb Igualada com a capital i motor econòmic, l'Anoia és una comarca amb un turisme incipient però amb molt potencial de creixement.

Aquest territori s'ha anat posicionant, en els darrers anys, com una comarca de turisme tranquil («slow»), per gaudir de la natura, del paisatge, per passejar i anar-hi en bicicleta, per relaxar-se, per gaudir dels productes locals i per descobrir-hi un ric patrimoni de diferents èpoques.

L'enogastronomia, la descoberta dels castells, els espais i museus industrials, els vols amb globus o les propostes de senderisme i cicloturisme són part de l'oferta actual que atrau a cada vegada més visitants.

També s'han consolidat esdeveniments que criden a persones d'arreu, com el Balloon Festival o el Rec.0. Aquests grans esdeveniments porten molts visitants en pocs dies tot i que costa que consolidin la imatge turística de la comarca ja que qui hi participa ve exclusivament motivat per l'esdeveniment.

Els serveis d'allotjament i restauració de la comarca són variats i de qualitat, i hi predominen allotjaments de turisme rural i hotels de poques habitacions, amb alguna excepció a la capital de comarca.

L'Anoia no té cap recurs turístic estrella, que atragui visitants per si sol, però en canvi té molts recursos turístics interessants que conformen una oferta variada i atractiva i que sorprèn al visitant que arriba per primera vegada.

Malgrat l'oferta existent, es tracta d'una comarca poc coneguda en l'imaginari turístic català. Li falta singularitzar-se i consolidar les propostes perquè siguin més conegudes.

A més de la suma d'oferta turística, la seva situació geogràfica fa de la comarca un punt d'interès per visitants que volen conèixer Catalunya i busquen un lloc tranquil per descansar. La proximitat a Barcelona, a la platja i a la muntanya fa de la comarca ideal com a base d'exploració de Catalunya.



ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

2.

Objectius i metodologia de treball

És necessari definir un full de ruta turístic...

Per què cal un pla estratègic de turisme per l'Anoia? Perquè els territoris que tenen clar cap a on volen anar són més competitius i un pla estratègic de turisme és l'ins
permet dissenyar aquest futur i definir les eines necessàries per construir-lo i gestionar-lo. El Pla Estratègic de Turisme de l'Anoia ha de donar les indicacions, consensua
els actors, en un curt, mig i llarg termini, per fer que el turisme sigui una activitat econòmica i social important per la comarca.

L'objectiu principal del Pla és disposar d'un full de ruta realista però ambiciós que defineixi l'estratègia turística de l'Anoia a curt i mig termini.

Els objectius específics del pla són:



Analitzar l'oferta i la demanda turística actual



Definir els objectius i les línies estratègiques de treball



Establir un pla d'accions a curt, mig i llarg termini que cobreixi el període 2025-2030

... amb la implementació d'una metodologia participativa

Per tal de desenvolupar el Pla s'ha dut a terme una metodologia immersiva i participativa, aplicant les següents eines:



Reunions amb l'equip tècnic d'Anoia Turisme



Entrevistes amb agents clau per analitzar la situació turística de la comarca



Treball de camp, amb visites als principals recursos turístics



Sessió de treball, amb alguns actors que van participar en les entrevistes (13 de març 2025)



Treball intern de gabinet

Les entrevistes amb els agents clau per analitzar la situació actual han estat:

- 1) Jordi Reixachs, regidor de turisme d'Orpí i propietari de Can Morei d'Orpí (27 de setembre)
- 2) Blanca Vich, propietària de l'hotel Robert de La Pobla de Claramunt (27 de setembre)
- 3) Daniel Gutiérrez, regidor de Masquefa i conseller de turisme d'Anoia Turisme (27 de setembre)
- 4) Josep Ma Planella, Associació de comerciants Igualada Comerç (23 de setembre)
- 5) Daniel González, Anoia Patrimoni (26 de setembre)
- 6) Josep Ustrell, coordinador àrea d'emprenedoria, comerç i turisme de l'ajuntament d'Igualada (4 d'octubre)
- 7) Jordi Marcè, regidor de turisme de l'ajuntament d'Igualada (4 de novembre)
- 8) Belen Atienza i Bet Parramon, de B&B intervencions (4 d'octubre)
- 9) Anna Marsal d'UEA Turisme (4 d'octubre)
- 10) Rocío Giraldez, Oficina Tècnica de la Gerència de Serveis de Turisme de Catalunya (4 de desembre)
- 11) Laura Carulla, propietària de Can Carulla (29 de gener)
- 12) Raquel Serra, coordinadora de la mancomunitat d'Òdena (21 de gener)
- 13) Marc Talavera, president d'Eixarcolant (3 de febrer)
- 14) Pere Massana, associació Alta Anoia i alcalde de Pujalt (20 de febrer)
- 15) Anna Busquet, LaBicicleta (21 de febrer)
- 16) Cristina Rojas, Can Alemany (24 de febrer)

ACTA DEL PLE
Número: 2026-0001
Data: 02/03/2026

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

3.

Anàlisi de la situació actual

Anàlisi de la situació actual

L'anàlisi de la situació s'estructura en els següents 7 àmbits:

3.1 Oferta cultural

3.2 Oferta de natura i activitats al medi natural

3.3 Oferta enogastronòmica

3.4 Grans esdeveniments

3.5 Serveis turístics

3.6 Demanda turística

3.7 Comunicació i màrqueting

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Anàlisi de la situació actual

L'anàlisi de la situació s'estructura en els següents 7 àmbits:

3.1 Oferta cultural

3.2 Oferta de natura i activitats al medi natural

3.3 Oferta enogastronòmica

3.4 Grans esdeveniments

3.5 Serveis turístics

3.6 Demanda turística

3.7 Comunicació i màrqueting

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Els recursos turístics de l’Anoia vinculats a cultura tenen a veure amb el patrimoni de la comarca que va des de l’època pre-històrica fins a les indústries del segle XX, que avui han esdevingut, en algun cas, museus que expliquen els processos industrials.

Els espais més visitats són el Museu Molí Paperer de Capellades i el Museu de la Pell d’Igualada. Ambdós espais, permeten conèixer les tècniques utilitzades en processos industrials que han estat molt rellevants pel desenvolupament econòmic de la comarca.

Número de visitants

• Museu Molí Paperer (2023)	23.724 *
• Museu de la Pell d'Igualada (2023)	17.270 *
• CRARC (Centre Recuperació Fauna)	13.090
• NEAN - Parc Prehistòric de Capellades (2024)	9.400
• Railhome BCN- Museu Tren en Miniatura	6.945
• Anoia Patrimoni	6.612
• ParcMotor	6.000
• Castell de La Tossa de Montbui	5.722
• Castell de Claramunt	4.640

(*)https://cultura.gencat.cat/web/.content/dgpc/museus/08.dades/01_estadistiques_de_museus/2023/01_Visitants-per-ordre-de-nom-del-museu.pdf

Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Abric Romaní- NEAN. Parc prehistòric de Capellades

El NEAN-Parc Prehistòric de Capellades s'ha creat al voltant de l'Abric Romaní, un dels jaciments arqueològics paleolítics més importants del món, que es troba a l'espai natural del municipi conegut amb el nom de Cinglera del Capelló. Ara fa entre 100.000 i 40.000 anys, els grups de caçadors neandertals varen establir a l'abric els seus campaments. La visita permet entendre qui eren i com vivien els neandertals i recórrer la cinglera a través d'un camí aeri.

El NEAN-Parc Prehistòric és un espai de referència per descobrir la vida dels neandertals a través d'una experiència immersiva a la Cinglera del Capelló. Les visites tenen una durada d'una hora i mitja i ofereixen un recorregut immersiu que combina explicacions, audiovisuals i un passeig per la Cinglera del Capelló, amb gairebé un quilòmetre d'itinerari.

Aquest espai va obrir el desembre del 2023. El primer any de funcionament, el 2024, va rebre 9.415 visitants.

Horari: Del 15 de setembre al 31 de maig: Dissabtes, diumenges i festius d'11 a 14h. Inici visites guiades: 11.15 h, 12.45 h. De l'1 de juny al 14 de setembre: Dissabtes, diumenges i festius d'11 a 14h i de 17 a 19h. Inici visites guiades: 11.15h, 12.45h, 17 h i 17.45 h. El mes d'agost: De dimarts a divendres d'11:00 h a 14h i de 17h a 19h. Inici visites guiades: 11.15h , 12.45h, 17h i 17.45h. De dilluns a divendres visites per a grups amb reserva.

Les visites estan gestionades per Anoia Patrimoni.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



<https://neancap>

Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Centre de Restauració i Interpretació Paleontològica (CRIP)

El Centre de Restauració i Interpretació Paleontològica (CRIP), a Hostalets de Pierola, té com a missió principal la posada en valor i la divulgació de la extraordinària riquesa i importància paleontològica dels jaciments del Miocè existents al municipi.

La visita permet explicar com era el paisatge i la fauna del Miocè, ara fa uns 12 milions d'anys, gràcies a la gran quantitat de restes fòssils que s'hi ha recuperat, sobretot de primats. També tenen l'ancestre més antic de l'actual os panda.

Horaris: Dissabtes de 10 a 14 h i de 17 a 19h i diumenges i festius de 10 a 14h. Setmana Santa, Juliol i agost, vacances escolars Nadal, de dilluns a dissabtes de 10 a 14 h i de 17 a 20h i diumenges i festius de 10 a 14h.

Preu: 5-6 euros visites

Les visites estan gestionades per Anoia Patrimoni.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

PRE-HISTÒ



Anoia Terra de Castells

Anoia Terra de Castells és un projecte que va néixer el 2013 amb l'objectiu de posar en valor la gran quantitat de castells i torres de la comarca (45 castells i torres, dels quals uns 25 poden ser d'interès turístic). Es tracta de castells de frontera construïts entre mitjans del segle X i mitjans del segle XI.

No tots els castells tenen la mateixa qualitat de conservació i no tots ofereixen visites. Els castells més visitats són el Castell de Claramunt i el Castell de la Tossa, els dos de titularitat pública i el Castell de Tous, privat.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

VISITA GUIADA

1. CASTELL DE CLARAMUNT (La Pobla de Claramunt)
2. CASTELL DE BOIXADORS (Sant Pere Sallavineró)
3. CASTELL DE LA TOSSA (Santa Margarida de Moles)
4. CASTELL DE TOUS (Sant Martí de Tous)
5. CASTELL DE PIERA o DE FONTANET (Piera)
6. CASTELL DE CALAF (Calaf)
7. CASTELL o TORRE DE LA MANRESANA (Els Prat)

VISITA EXTERIOR I CONCERTADA

8. CASTELL D'ODENA (Odena)
9. CASTELL DE VILADEMÀGER (La Llacuna)
10. CASTELL DE SANT ESTEVE (Castellfollit de Riubregades)
11. CASTELL D'ORPÍ (Orpí)
12. CASTELL DE MIRALLES (Santa Maria de Miralles)
13. ESGLÉSIA FORTALESA DE SANTA MARIA (Rubí)
14. CASTELL DE JORBA (Jorba)

VISITA EXTERIOR LLIURE

15. CASTELL DE LA TORRE DE CLARAMUNT (La Torre de Claramunt)
16. TORRE DE CONTRAST (Argençola)
17. CASTELL D'ARGENÇOLA (Argençola)
18. CASTELL DE QUERALT (Bellprat)
19. CASTELL DE CABRERA (Cabrera d'Anoia)
20. CASTELL DE CALONGE (Calonge de Segarra)
21. CASTELL DE CASTELLOLÍ (Castellolí)
22. CASTELL DE FREIXE (Piera)
23. CASTELL DE CASTELLET, DEL BEDORC o DE LA VENTURA (Castellet de Ripollès)
24. CASTELL DE ROQUETA (Sant Martí de Tous)
25. CASTELL DE SEGUR (Veciana)

Centre d'interpretació del patrimoni religiós de l'Anoia - Art Ecclesia

Art Ecclesia a Veciana, és una museïtzació del patrimoni religiós de l'Anoia que s'ubica a l'església de Santa Maria de Segur. Conté panells informatius i un audiovisual i es pot visitar el tercer diumenge de cada mes de les 11 a les 13 h, amb visita guiada a les 12h. Les visites estan gestionades per l'ajuntament.

A la comarca hi ha diversitat de patrimoni de l'època medieval, sobretot religiós. Hi destaca el retaule gòtic de Santa Maria de Rubió, a Rubió. Per poder-lo visitar, però, o bé cal acostar-se a l'església el diumenge que hi fan missa o cal demanar la clau prèviament a l'ajuntament.



Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Botigues antigues de Calaf

Visita guiada per conèixer 7 botigues (la bodega, la impremta de Juan Oller, la pastisseria Cal Mestres, els Ultramarinos Cal Feu, el Colmado Cal Sala, la Merceria- Perfumeria Cal Garriga i les Vetes i fils Cal Cisteller) ambientades en els anys 40, que han estat museïtzades a l'entorn de la plaça major de Calaf.

La visita a les botigues retorna la vitalitat a aquesta plaça porxada en forma de museu, representant les botigues originals tal com eren als inicis del segle XX.

Les visites guiades estan gestionades per l'ajuntament.

Horaris: Obert (visites guiades): De dimecres a diumenge a les 10 h i a les 12 h. Cal fer reserva prèvia. Si no es fa la visita guiada només es poden veure des de fora.

Preu entrada general: 6 euros. Durada de la visita: 1h30min.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

ETNOGRA



Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Museu del Traginer d'Igualada Col·lecció Antoni Ros

Museu que explica l'evolució del transport, tant de mercaderies com de persones, emprant energies de sang (animals), i alhora mostra les relacions entre els diferents oficis que feien possible el desenvolupament del fet traginer.

S'hi poden veure diferents tipus de carros, carruatges, selles i guarniments, així com entendre la història d'aquest ofici.

Obert de dimarts a diumenge. Hi ha opció de visita lliure i guiada i diversa oferta educativa per grups escolars.

Inclou un restaurant, el Racó del Traginer.

Horaris: De dimarts a dissabte de 10 h a 13 h i de 15 h a 17 h. Diumenges i festius de 10 h a 14 h. Dilluns tancat

Preu entrada general: 4,5 euros

Durada de la visita: 1h

ACTA DEL PLE

Número: 2016-0001 Data: 02/03/2016

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

ETNOGRA



www.museudelt...

Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

ETNOGRA

Railhome, Museu del tren en miniatura d'Igualada

Col·lecció de trens en miniatura de totes les èpoques i països. A més a més, disposa d'objectes de mida real relacionats amb el tren, com ara fanals, gorres, accions de companyies ferroviàries, plaques de constructor i molt més.

Tots aquests elements estan combinats amb la màgia de la circulació de trens en una maqueta monumental escala HO, que fan de la visita una experiència inoblidable. Oci i cultura ferroviària combinades en un espai únic de més de 500 m2.

Horaris: De juny a setembre: De dimecres a dissabte, de 10.00 a 14.00 i de 16.00 a 20.00 i diumenges de 10.00 a 14.00. D'octubre a maig: Divendres i dissabtes, de 10.00 a 14.00 i de 16.00 a 20.00. De dimarts a dijous, visites concertades per a grups de més de 15 visitants.

Diumenges de 10.00 a 14.00

Preu entrada general: 8 euros

Durada de la visita: 1h-2h.

ACTA DEL PLE
Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



<https://ra>

Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Museu Molí Paperer de Capellades

A la conca del riu Anoia, a mitjan segle XIX, s'hi comptaven més de vuitanta molins paperers. Capellades va ser la seu de la producció de paper, amb setze molins, però també hi havia molins de paper a la Pobla de Claramunt i a Carme.

Entre els segles XVIII i XIX, Capellades i el seu entorn van constituir un dels centres paperers més importants de l'Estat espanyol, especialitzat en paper de barba de primera qualitat i paper de fumar, fabricants com els Romaní, Soteras, Guarro, Serra o Romeu, entre d'altres, abastien gran part del mercat espanyol, d'Amèrica del sud i Filipines.

Actualment, situat a l'antic Molí paperer trobem el Museu Molí Paperer de Capellades, que conserva l'estructura pròpia dels molins de paper del segle XVIII. Els visitants del museu veuen el procés de fabricació del paper i la visita compta amb un taller en què els participants poden fer un full de paper amb les seves pròpies mans, que després es poden endur de record.

El 2024 van visitar el Museu Molí Paperer de Capellades un total de 22.539 persones (d'aquests, 3.495 van ser visites individuals i 19.044 van ser visites de grups, sobretot escolars d'arreu de Catalunya).

Horaris: De dilluns a divendres de 10h a 14h (cal reserva prèvia). Dissabtes, diumenges i festius de 10:30h a 14:30h. Visites guiades a les 11:00h i 12:30h (cal reserva prèvia). Laborables de juliol, agost i setembre de 10h a 14h (ca reserva prèvia). Preu entrada general: 7,5 euros. Durada de la visita: 2h

El servei d'atenció al visitant i informació està gestionat per Anoia Patrimoni.

ACBA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

INDUSTRI



www.mmp-capellades.net

Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Museu de la pell d'Igualada

Igualada és la ciutat de la pell. Al barri del Rec d'Igualada, a prop del riu Anoia (el mateix que alimentava els molins paperers) s'hi troba el Museu de la Pell d'Igualada, que el 2024 va complir 70 anys.

Les col·leccions estan repartides en dos edificis: Cal Boyer, una antiga fàbrica tèxtil cotonera de finals del segle XIX, i l'antiga adoberia de Cal Granotes, una de les més antigues d'Europa. Des de l'any 1996 és una secció del Museu Nacional de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya.

Malgrat les dades oficials d'entrades al museu van ser de poc més de 17.000 persones l'any 2023, unes 61.254 persones van assistir a les activitats i esdeveniments que van tenir lloc al museu. D'aquestes, 34.246 van fer ús de l'oferta pròpia que ofereix el Museu: exposicions, visites, activitats, tallers i serveis museístics.

Actualment, l'antiga adoberia de Cal Granotes està tancada fins a la primavera del 2026 per remodelació de l'edifici i instal·lació d'una nova museografia més immersiva, accessible i sostenible.

Des del museu s'organitzen també rutes guiades pel barri del Rec sota el nom de RECorreguts.

Horaris museu de la pell edifici Cal Boyer: De dimarts a divendres: de 10 a 14 h. Dijous i divendres tarda: de 16 a 18.30 h (exposicions temporals fins a les 20 h). Juliol i agost tancat. Dissabtes, diumenges i festius: d'11 a 14 h.

Preu entrada general: 4,5 euros. Durada de la visita: 1h30min-2h



<https://museupe>

Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Mineria

Els recursos minerals principals de l'Anoia han estat el guix i la calç, sobretot a la conca d'Òdena, però també destaca la conca minera de l'Alta Segarra, amb la presència de lignits.

Actualment es poden visitar dues mines a la comarca:

- La mina Maria Asunción és una explotació minera solitària i inesperada a la Torre de Claramunt que es pot visitar el 4rt dissabte de mes (bimensual) a les 12h. Preu: a partir de 5 €.
- La mina Vicenta, a l'Alta Segarra, el primer espai d'explotació de lignits recuperat al territori. Amb gairebé 100 anys d'explotació continuada, aquesta mina, situada al camí de les Morelles al municipi de Calonge de Segarra es pot visitar cada primer dissabte de cada mes a les 12h de. Preu: a partir de 5,00 €.

Les visites estan gestionades per Anoia Patrimoni.

ACTA DEL PLE

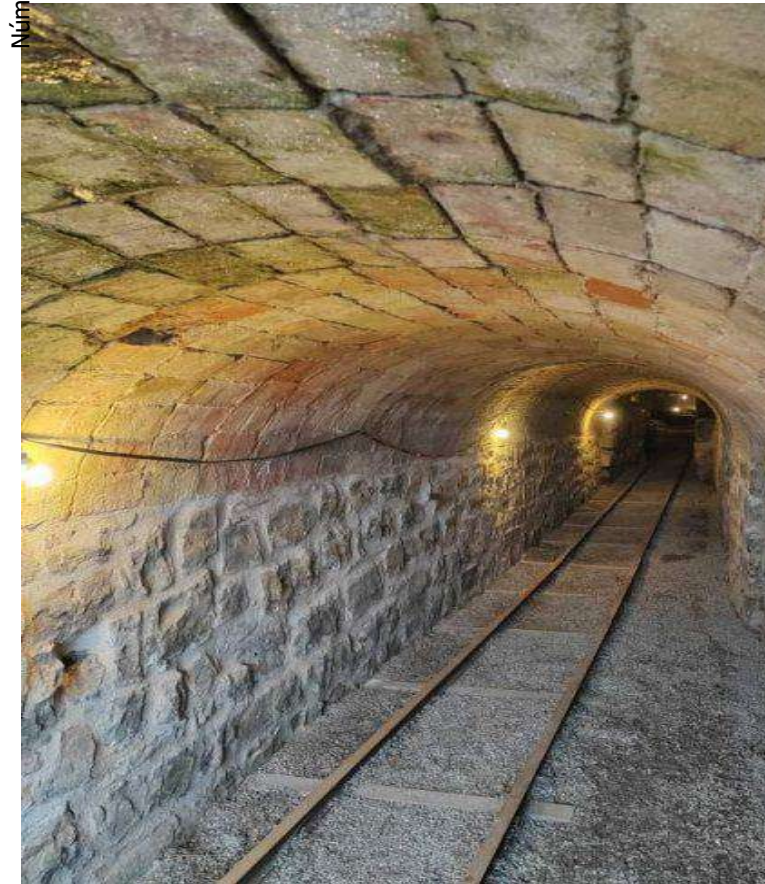
Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

INDUSTRI

Pujalt



Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

A l'Anoia hi ha alguns pobles que, malgrat no tenir el segell de Pobles amb Encant de l'Agència Catalana de Turisme, tenen atractiu per ser considerats pobles a visitar per la seva essència, ja sigui pel lloc on es troben o per la seva arquitectura o pel seu encant en general.

Des d'Anoia Turisme s'han editat mapes d'aquests pobles per donar-ne visibilitat, anomenant-los "Nuclis amb Encant".

Els nuclis amb encant dels quals s'ha editat un mapa:

1. El Bruc
2. Els Hostalets de Pierola
3. Capellades
4. Castellfollit de Riubregós
5. Pera
6. Sant Martí de Tous
7. La Llacuna
8. Copons



ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

POBLES AMB

Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Artisania

Artisania és un projecte que fusiona artesanía i ruralitat. És una iniciativa del projecte Anòia en Transició i compta amb el suport del Consell Comarcal, la Diputació de Barcelona, el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya i els ajuntaments del Bruc, Copons, La Llacuna i Sant Martí de Tous.

Artisania vol construir una comunitat rural econòmica, social i mediambientalment sostenible, per generar coneixement, riquesa i oportunitats per a les persones i el territori, a través de l'artesanía contemporània, en els municipis de Copons, La Llacuna, el Bruc i Sant Martí de Tous. A banda dels artesans d'aquesta quatre municipis actualment hi ha artesans d'altres municipis de la comarca que també formen part de la comunitat Artisanía. Els artesans que formen part del projecte:

- 1) Giravola, Benetti Barcelona i Later i Solka a El Bruc
- 2) Ludojoc i Desedamas a La Llacuna
- 3) Clara Rossy i Rojo Tierra a Copons
- 4) KaMI, Enric Mir, Cesc Oliveres i Fàbrica de Rajoles a Sant Martí de Tous
- 5) Pere & Digna a Castellolí
- 6) Nubuckcui, In Essentia i Zocaso a Òdena
- 7) Etna Artesania a Rubió
- 8) Ferrer Collado a Capellades
- 9) Bòbila Aguilera i El Corc a La Pobla de Claramunt

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



<https://artisania.>

Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Tot Circ a Les Feixes, Copons

Espectacles i tallers vinculats al món del circ, adreçat a escolars i a famílies. També fan casals d'estiu. Sempre, tant per grups com per escolars com per individuals, cal concertar/reservar la visita prèviament). www.totcirc.com

FestivArt, Rubió

Festival d'Arts Escèniques de Rubió que té lloc al setembre i que enguany ha celebrat la seva 6a edició al Pla de Rubió.

https://www.instagram.com/festivart_rubio/

Festival Mort de Riures, Copons

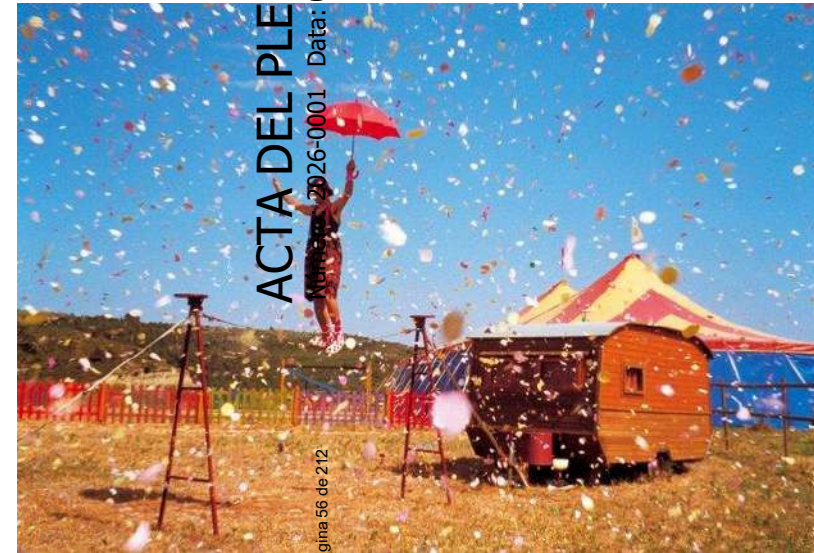
A l'octubre té lloc a Copons el festival Mort de Riures, amb una programació lligada a la mort des d'una perspectiva àmplia, organitzat per Nit de les Ànimes.

<https://festivalmortderiures.cat/>

Nit de les Ànimes, Copons

Celebració que recupera la celebració del 31 d'octubre amb un sentit tradicional i ancestral i parlar obertament de la mort a la vida.

<https://www.instagram.com/animescopons/>



Municipi: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Pàgina 56 de 212



Anàlisi de la situació actual – OFERTA CULTURAL

Botigues de fàbrica i outlets a Igualada

Conjunt de botigues que fabriquen a la ciutat i també botigues que venen diverses marques amb preus rebaixats.

<https://igualadamoda.com/>

Aquest tipus d'oferta atreu visitants de dia i de proximitat que visiten Igualada amb la motivació de compres.

Es podria plantejar una ruta i posar especialment de relleu les marques visitables que fabriquen a la comarca, per fer una proposta experiencial turística-comercial singular i autèntica.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



Anàlisi de la situació actual

L'anàlisi de la situació s'estructura en els següents 7 àmbits:

3.1 Oferta cultural

3.2 Oferta de natura i activitats al medi natural

3.3 Oferta enogastronòmica

3.4 Grans esdeveniments

3.5 Serveis turístics

3.6 Demanda turística

3.7 Comunicació i màrqueting

ACTA DEL PLE
Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE NATURA I ACTIVITATS

Segons les dades de l'Anuari estadístic de Catalunya (2022), la comarca de l'Anoia té 13.161 hectàrees incloses dins del Pla d'Espais d'Interès Natural (PEIN), el que representa aproximadament el 15,2 % de la seva superfície terrestre.

ENP de Montserrat

Part de l'espai natural protegit de la muntanya de Montserrat pertany a la comarca de l'Anoia, concretament al municipi del Bruc. Aquesta part és potser la menys coneguda de l'ENP.

La Fundació Catalunya La Pedrera va recuperar aquesta entrada del Parc Natural pel vessant nord-oest per reconvertir-la en àrea de lleure. Des d'aquest punt surten els itineraris que van a sectors molt populars de la muntanya com són les Agulles, el refugi Vicenç Barbé, l'església de Sant Pau Vell, la Cadireta...

El nou punt d'atenció als visitants d'aquest espai permet accedir a totes les rutes d'aquest part de Montserrat amb tota la informació necessària per a gaudir-ne al màxim, així com descobrir racons més desconeguts per al públic en general, com ara l'Espai històric de les batalles del Bruc o l'església de Sant Pau Vell.

Equipaments

Centre d'informació de Montserrat-Coll de Can Maçana.

Obert de 8 a 18 h tots els dissabtes, diumenges, festius i ponts.

Serveis:



Punt d'informació Montserrat – Coll de Can Maçana

Carretera BP- 1101, km 2,6 El Bruc

info@montserratcanmaçana.cat

www.montserratcanmaçana.cat

Montserrat- Coll de Can Maçana

Any adquisició: 2004

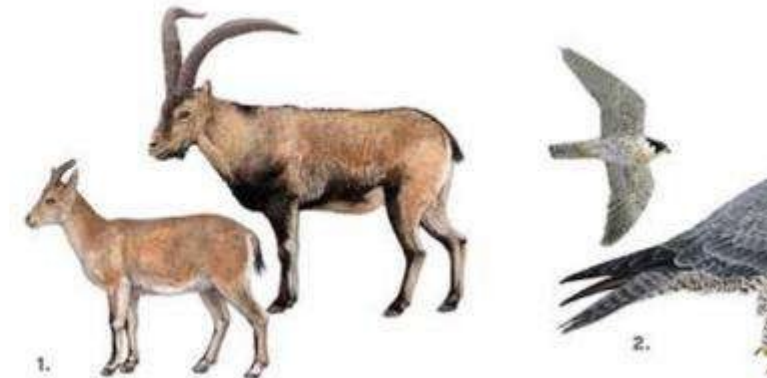
Superfície: 176,58 ha

Localització: El Bruc, Anoia

Coordenades GPS:

N 41°36'35,17" ES1°46'03,13"

Ubicat al municipi d'El Bruc, l'Espai Natura Montserrat-Coll de Can Maçana ocupa gairebé el 7 % del Parc Natural de la Muntanya de Montserrat i és el principal accés als camins i les agulles de roca d'aquest sector de la muntanya, on els monòlits i les formes verticals són les referències d'un paisatge únic i captivador.



Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE NATURA I ACTIVITATS

A banda de l'ENP de la muntanya de Montserrat, a la comarca hi ha d'altres espais naturals que formen part del Pla d'Espais d'Interès Natural de Catalunya (PEIN).

- Serra de Miralles-Queralt i Ancosa-Montagut: amb una extensió de 2.887 ha, separa les conques del riu Anoia i del Gaià. El paisatge vegetal es caracteritza pel predomini del carrascat i alzinars litorals, aquests substituïts per boscos de pi blanc. A les zones d'obaga s'identifiquen espais de roureda de roure de fulla petita i a la vessant septentrional hi ha un predomini de les pinedes de pinassa. Un element significatiu del paisatge són les formacions rocoses de grutes, balms i fous, essent una de les principals la Fou de Sant Martí de Tous.
- Riera del Carme: és l'afluent més important del riu Anoia i neix al coll de la Rovira Seca. Flueix en direcció sud-oest fins a la Pobla de Claramunt on es troba l'aiguabarreig amb el riu Anoia. Amb un recorregut total de 23'6 km, al llarg del seu recorregut s'hi localitzen onze molins paperers, dos dels quals pertanyen al terme de Carme. Forma part del PEIN Sistema Prelitoral Central)
- Valls de l'Anoia: amb una superfície de 3.233 hectàrees, aquest espai d'interès natural està situat a la conca mitjana del riu Anoia, entre les poblacions de Piera, Sant Sadurn d'Anoia i Sant Llorenç d'Hortons, a cavall de les comarques de l'Anoia i l'Alt Penedès. És un mosaic de valls fluvials, turons i conreus de vinya amb una elevada diversitat paisatgística.

En aquests espais s'hi ha creat una proposta de rutes per a fer a peu que permet descobrir-ne els seus racons més emblemàtics. Aquestes propostes de rutes no estan senyalitzades sinó que se segueixen a partir de tracks i descripció.



Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE NATURA I ACTIVITATS

CRARC Masquefa

Centre de recuperació d'amfibis i rèptils de Catalunya que està ubicat a Masquefa i obert des del 1992. L'itinerari de visita està adaptat a persones amb mobilitat reduïda i permet veure els animals que estan al centre.

Durant la setmana reben sobretot estudiants però també estan oberts a grups (de mínim 25 persones) i a individuals.

Horaris: estan oberts cada dia de dilluns a diumenge però les visites per individuals estan previstes els dissabtes de 10 a 13h i de 16 a 18h i els diumenges i festius de 10 a 13h.
Preu: entrada general 5€.

ACTA DEL PLE

0001 Data: 02/03/2026



**CRARC
MASQUEFA**
Centre de Recuperació d'Amfibis i Rèptils de
Des de 1992



Cod
Veri
Doc

<https://crarc.masq>

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

Observatori astro-metereològic de Pujalt

Centre dedicat a la divulgació i investigació científica que es fa fundar l'any 2003. Ofereix activitats educatives (camp d'aprenentatge) i de recerca per a professionals, escoles i famílies en general. Està obert cada dia de la setmana, entre setmana rep escolars i els caps de setmana públic familiar (s'ha de concertar prèviament). <https://observatoridepujalt.com/>



Visita astronòmica nocturna

Visita el Parc Astronòmic de Pujalt de nit, i descobreix l'Univers amb nosaltres!

La visita inclou:

- Presentació de l'Observatori i de les nostres instal·lacions.
- Un viatge immersiu per l'espai dins del planetari 360°.
- Observació del cel i de les constel·lacions a simple vista.
- Observació astronòmica amb el nostre gran telescopi TGS de 51 cm.

i Informació pràctica:

- Durada aproximada: 120 minuts.
- Activitat recomanada a partir de 7 anys.
- En cas de mal temps, la visita es posposarà a una altra data.



Visita l'Observatori meteorològic i astronòmic (de dia)

Descobreix els nostres dos observatoris en una experiència de dia (un matí o una tarda). La visita es divideix en dues parts:

• Observatori meteorològic

- Explicació dels instruments de mesura.
- Experiments pràctics per comprendre la dinàmica atmosfèrica.

• Parc Astronòmic

- Explicació de la nostra feina de recerca diària.
- Observació Solar amb diferents telescopis i tècniques d'observació.
- Viatge immersiu per l'espai dins del planetari 360°.

i Informació pràctica:

- Durada aproximada: 2 hores.
- Activitat recomanada per a totes les edats.



Visita completa meteorològica + astronòmica

Viu una experiència única visitant els nostres dos observatoris.

La visita meteorològica es realitza poc abans que es faci fosc, i la visita astronòmica comença quan ja és de nit.

• Observatori meteorològic

- Explicació dels instruments de mesura i experiments pràctics per comprendre la dinàmica atmosfèrica.

• Parc Astronòmic

- Viatge immersiu per l'espai dins del planetari 360°.
- Observació del cel i de les constel·lacions a simple vista.
- Observació astronòmica amb el nostre gran telescopi TGS de 51 cm.

i Informació pràctica:

- Durada total aproximada: 3,5 hores (1,5 h meteorologia + 2 h astronomia).



Pla de senders turístics de l'Anoia

L'Anoia disposa d'un conjunt de camins senyalitzats que permeten la mobilitat, a més de ser recursos turístics d'interès.

Els principals camins que formen part del pla de senders turístics (per fer a peu o en bicicleta o a cavall) de la comarca són:

- Via Blava Anoia
- Camí de Sant Jaume. Tram entre el Bruc i Igualada
- Camí ral d'Aragó
- Camí ral Igualada-Santa Coloma
- Camí ral Piera-Vilafranca del Penedès
- Eix Castellfollit-Copons-Via Blava
- GR 172 Anoia
- GR 7 Pinós-Bellprat
- Eix Calaf-Copons. Enllaç Via Blava Anoia

<i>Nom de l'eix i distàncies en km</i>	<i>Traçat</i>	<i>Còmput</i>
1. Via Blava de l'Anoia	55,21	55,21
2. Camí de Sant Jaume	43,78	12,32
4.1 Camí ral d'Aragó	60,23	22,27
4.3 Camí ral Igualada-Santa Coloma de Q.	17,97	17,97
4.4 Camí ral Piera-Vilafranca del Penedès	10,26	10,26
4.5 Eix Castellfollit-Copons-Via Blava	22,87	22,87
5. GR 172	73,68	73,68
7. GR 7	48,72	48,72
8. Eix Calaf-Copons. Enllaç Via Blava Anoia	14,87	14,87
<i>Totals</i>	<i>347,59</i>	<i>278,17</i>

Senyalització de rutes

Actualment conviuen senyals de diferents èpoques i posats per diferents administracions.

La majoria de senyals són nous i segueixen el model de Diputació de Barcelona (tant els camins de la xarxa de l'Anoia com la via blava).

Hi ha, però, també senyals de la Generalitat (alguns antics de rutes BTT que estan en força mal estat) i senyals més nous vinculats al Camí de Sant Jaume.



Galaxy A32 5G



Galaxy A32 5G



Galaxy A32 5G

ACTA DEL PLE
Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE NATURA I ACTIVITATS

Via blava

Les Vies Blaves de Barcelona és un projecte impulsat per la Diputació de Barcelona, que pretén recuperar els camins del riu Llobregat i afluents des del naixement fins a la desembocadura. Aquesta gran ruta recorrerà 250 quilòmetres passant per 49 municipis de 7 comarques (Alt Penedès, Anoia, Bages, Baix Llobregat, Berguedà, Solsonès i Occidental).

El projecte de la Via blava s'està construint en diferents fases i en trams de diverses comarques. En el tram de l'Anoia, s'està treballant, de fa temps, en la Via Blava que ressegueix el riu Anoia, afluent del Llobregat. Aquesta via tindrà un recorregut de 65 quilòmetres i passarà per 16 municipis (Jorba, Santa Margarida de Montbui, Igualada, Vilanova del Camí, La Pobla de Claramunt, La Torre de Claramunt, Capellades, Vallbona d'Anoia, Cabrera d'Anoia i Piera dins la comarca per seguir després cap a Sant Sadurní d'Noya (Alt Penedès).

Aquest recorregut té una inversió de 25 milions d'euros i està previst que s'acabi al maig del 2027.

Aquestes rutes són proposades pensades per a fer a peu i/o en bicicleta.



Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE NATURA I ACTIVITATS

A l'Anoia ja s'han realitzat els primers 19 quilòmetres d'aquesta Via Blava des de Jorba i passant per Igualada, Santa Margarida de Montbui, Vilanova del Camí i la Pobla de Claramunt. També s'ha fet una connexió de la Via Blava cap a Òdena (acabada) i cap a Castellolí (en curs) seguint, respectivament, les rieres d'Òdena i de Castellolí.

A banda de l'arranjament del ferm i de les infraestructures del propi camí, s'han instal·lat senyals diversos en el recorregut. Hi ha diverses "portes" a la Via Blava i tot un conjunt de senyalitzacions (plafons, illetes d'informació, pals verticals amb banderoles i pals petits amb la senyal blava indicant la direcció de la ruta). També s'ha pintat el recorregut en espais on conviu la via amb el trànsit rodat.



Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE NATURA I ACTIVITATS

Camí de Sant Jaume

El Camí de Sant Jaume travessa la comarca de l'Anoia des de Can Maçana fins la Panadella, realitzant un total de 39,20 km. Durant aquest itinerari hi trobem diversos punts interessants on parar atenció: Can Maçana, Sant Pau de la Guàrdia, Castellolí, Igualada, Sant Jaume Sesoliveres, Jorba, Santa Maria del Camí i la Panadella (Montmaneu).

Hi ha serveis als pobles de Castellolí (bars, restaurants i botigues i també d'un alberg de La Rectoria que compta amb 10 llits i cuina); Igualada (bars, restaurants i botigues i també l'alberg de pelegrins de Cal Maco); Jorba (bars, restaurants i botigues i l'alberg parroquial Sant Jaume).



Alberg Cal Maco a Igualada (propietat de l'ajuntament i gestionat per Anoia Patrimoni)

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Recorregut del Camí de Sant Jaume a la província de Barcelona

Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE NATURA I ACTIVITATS

anoia
turisme



ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Distàncies:

- Santa Maria del Camí a Jorba: 7,3km
- Jorba-Sant Genís: 2,7km
- Sant Genís-Igualada: 6km
- Igualada-Castellolí: 7,3km
- Castellolí-Sant Pau de la Guàrdia: 6,1km
- Sant Pau de la Guàrdia-Can Maçana: 2km
- Can Maçana-Santa Cecília: 5,8km
- Santa Cecília-monestir de Montserrat: 3,5 km

Etapes:

- Jorba-Igualada: 8,7km
- Igualada-Castellolí: 7,3km
- Castellolí-Montserrat: 17,4km



IGUALADA. [Alberg Cal Maco](#) (pl. de la Creu), facilita [Credencials](#) del Camí de Sant Jaume i la venda [guies](#) de l'itinerari.

JORBA. Alberg Juvenil i de pelegrins Sant Jaume per Mn. Enric i voluntaris de la parròquia, parlen en el Camí. Facilita Credencials.

CASTELLOLÍ. [Alberg municipal a l'antiga](#) rectoria de l'església (avinguda de la Unió, 5). L'accés funciona de dilluns a divendres de 10h a 14h. També als bars La Brillante, Cal Betes i La Font. Entrada gratuïta a la piscina d'estiu per als pelegrins.

Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE NATURA I ACTIVITATS

Camí Ignasià

El Camí Ignasià ressegueix els passos d'Ignasi de Loiola el 1522 quan, sent cavaller, va recórrer des de Loiola fins a Manresa (de fet volia arribar a Barcelona i d'allà embarcar-se cap al seu destí final, Jerusalem).

Actualment, el Camí comença a la casa on va néixer a Azpeitia (Guipúscoa) i acaba a la Cova de Sant Ignasi a Manresa. La ruta, de Loiola fins a Manresa, transcorre per cinc comunitats autònomes, amb 650 km dividits en 27 etapes.

A l'Anoia creua per vuit municipis: Montmaneu, Argençola, Veciana, Jorba, Igualada, Vilanova del Camí, Castellolí i El Bruc; en les etapes 25 (de Cervera a Igualada) i 26 (d'Igualada a Manresa). Es tracta de les dues etapes finals del recorregut d'aquesta ruta.

A Cal Maco, a Igualada, hi ha el Centre d'Interpretació del Camí Ignasià.

Les etapes de Igualada-Montserrat-Manresa (etapes 25 i 26) són fàcilment paquetitzables. Són dues etapes de 25km aproximadament: arribada a Igualada (en tren o bus), passeig, sopar i allotjaments. El dia següent etapa fins a Montserrat (esmorzar a Castellolí, dinar al Bruc i a la tarda arribada a Montserrat), sopar i allotjament. El dia següent esmorzar a Oller del Mas, dinar a Manresa, visita a la Cova de Sant Ignasi i tornar cap a casa (en tren o bus). Actualment no hi ha cap agència del territori que ho ofereixi.



Xarxa de mobilitat ciclable:

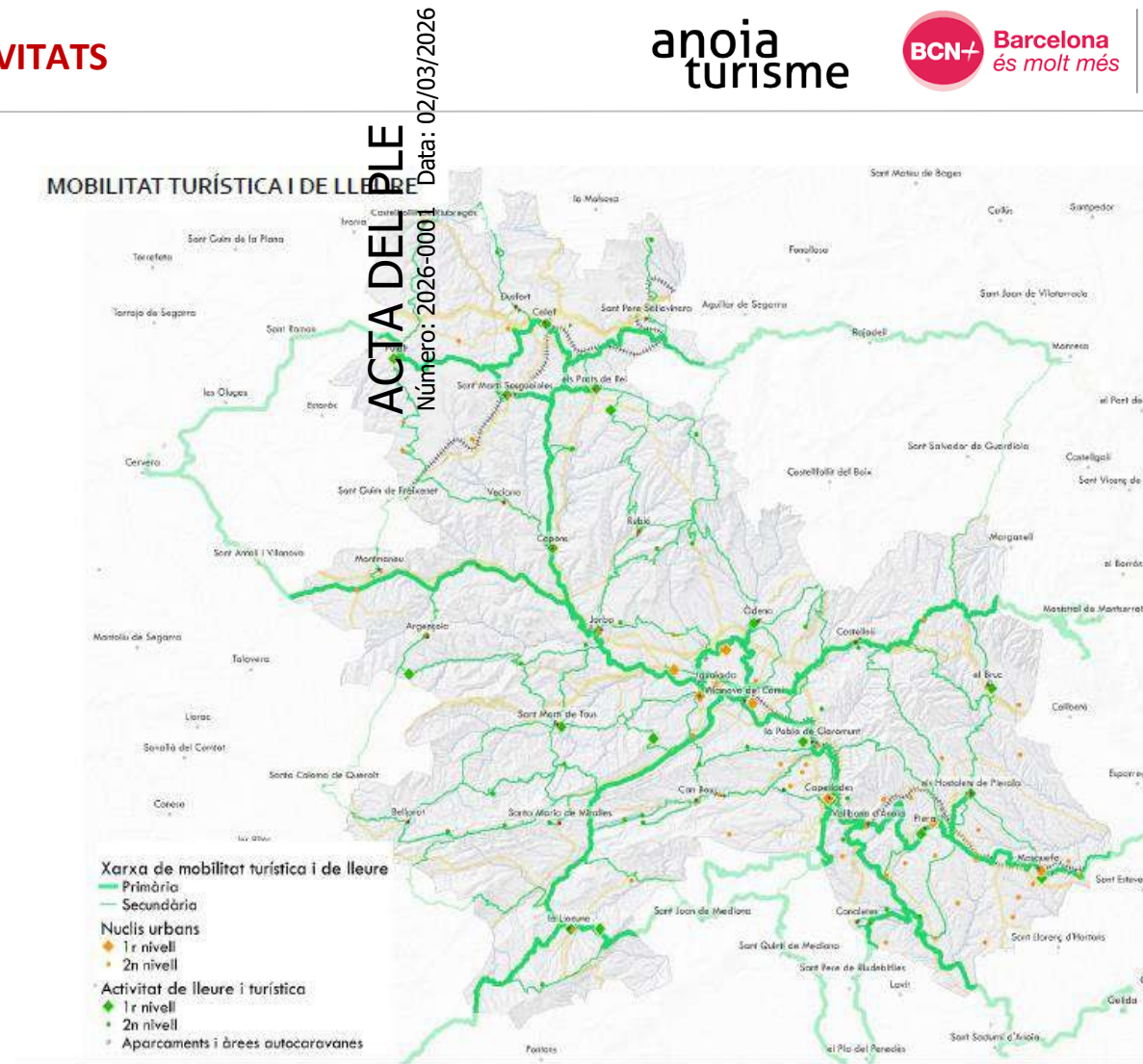
En els darrers anys s'han redactat diversos projectes per analitzar la comarca a nivell de la seva competitivitat per la mobilitat en bicicleta i el cicloturisme.

Així, segons el Pla director de la Xarxa de mobilitat ciclable turística i quotidiana de l'Anoia (2024), la xarxa primària turística i de lleure principal té uns 170 km no coincidents amb la xarxa primària quotidiana, dels quals 25 km són actualment ciclables per a tots els públics, combinant carril bici amb espais de prioritat per als vianants.

Un total de 127 km es consideren practicables donat que són espais de convivència amb els cotxes però amb molt baixa intensitat de vehicles i sense vehicles pesants. La majoria d'aquestes vies –93 km –són pistes sense asfaltar.

Uns 18 km transcorren per carreteres interurbanes amb vehicles a alta velocitat o bé requereixen de nous traçats actualment inexistent.

El Pla planteja una inversió de 10 milions d'euros per actuacions de millora de la xarxa (senyalització, adequació de camins, promoció, etc.).



Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE NATURA I ACTIVITATS

Cicloturisme:

A banda de les propostes que el mencionat Pla esmenta, ja existeixen propostes de rutes per fer en bici que estan senyalitzades i mantingudes. Les més destacables:

- La Via blava Anoia
- L'Anella verda d'Igualada
- El carril bici de Jorba-Santa Maria del Camí

A més hi ha dues empreses que ofereixen serveis de lloguer de bicicletes i també organitzen sortides i acompanyament:

- La Bacicleta, a Calaf
- Rec Bikes, a Igualada

També hi ha esdeveniments importants vinculats a la bicicleta com l'E-biketour Anoia, la Volcat o la Panna el Bandoler (veure apartat esdeveniments).

PLE
Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

ALQUILA UNA BICI ALOJAMIENTOS OPCIONES Y PRECIOS

REC BIKES

ALQUILA

»» Tria el teu model i talla

Tarifes e-Bikes

1 dia >	45€
De 2 a 4 dies >	35€ / dia
De 5 a 9 dies >	25€ / dia
1 o 2 dies al mes >	Fee mensual a consultar

»» Descob el plaer de pedalar BTT elèc

...la baCiCleta...

Nosaltres Lloguer Sortides **Supers** Tracks Regala's Allotjament

QR code

Senderisme i marxa nòrdica:

A part de les grans rutes esmentades (Camí de Sant Jaume, Camí de Sant Ignasi, via blava....) hi ha moltes rutes per a fer a peu a la comarca. Algunes són força conegudes i concorregudes com la Tossa de Montbui o Les Agulles de Montserrat.

També hi ha multitud de rutes senyalitzades temàtiques com per exemple la Ruta de les Barraques de Pedra de Vallbona d'Anoia.

Actualment, hi ha dues empreses i un guia de muntanya que estan oferint propostes de senderisme guiat i de marxa nòrdica:

- Guies de Montserrat
- Pas a Pas (marxa nòrdica)
- Fran Juárez (guia de muntanya i natura)

No hi ha dades per saber quines són les rutes més transitades. Es podria plantejar la col·locació de comptadors de persones (ecocomptadors) en els principals camins per saber quina aflluència tenen i conèixer també temporalitat. Així es podrien aplicar estratègies concretes per millorar-ne la promoció.

ACADEL PLE
Número: 2026-0001
Data: 02/03/2026



Globus

La comarca de l'Anoia té tradició en el món de la aerostació, fent-la un lloc ideal pels vols en globus. A l'aeròdrom d'Òdena hi ha situada una de les fàbriques confeccionadores de globus més grans del món, Ultramàgic (a banda de fabricar globus també tenen una escola de pilots).

A més, Igualada és la seu de l'European Balloon Festival, un festival de globus que cada any reuneix pilots de tot el món durant la segona setmana de juliol (veure esdeveniments).

Les empreses que ofereixen vols en globus a l'Anoia:

- Globus Kon-tiki. Tenen la seu a Òdena però ofereixen vols en globus a tot Catalunya.
- Camins de vent. Tenen la seu a Rubió però ofereixen vols en globus a tot Catalunya.
- Anoia balloons. Tenen la seu a Copons i ofereixen vols a l'Anoia i al Catalunya Central.

Parapent

A l'Anoia hi ha dues empreses que fan vols en parapent:

- Bcn Parapent
- Skycrew parapent
- El Club Parapent Les Malloles amb una zona de vol a Rubió

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



Anàlisi de la situació actual

L'anàlisi de la situació s'estructura en els següents 7 àmbits:

3.1 Oferta cultural

3.2 Oferta de natura i activitats al medi natural

3.3 Oferta enogastronòmica

3.4 Grans esdeveniments

3.5 Serveis turístics

3.6 Demanda turística

3.7 Comunicació i màrqueting

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



El Parc Agrari de la Conca d'Òdena, PACO

El Parc Agrari de la Conca d'Òdena (PACO) és un espai agrari que treballa per posar en valor el territori a través de la producció agroalimentària.

En formem part el consell comarcal de l'Anoia, ajuntaments, productors i elaboradors.

Es treballen projectes diversos per millorar la competitivitat dels productors del Parc:

- 1) Promoció dels seus productes a través d'accions com la Mostra de productes (itinerant) i la Ruta tast del PACO.
- 2) Projectes logístics com la centralització de comandes o l'obertura d'una botiga a Igualada.
- 3) Projectes estructurals com el banc de terres, la creació d'un obrador compartit a Jorba, etc.

El nucli del Parc Agrari inclou 16 municipis: Argençola, Capellades, Carme, Castellolí, Copons, Jorba, Igualada, La Pobla de Claramunt, La Torre de Claramunt, Òdena, Orpí, Rubió, Sant Martí de Tous, Santa Maria de Miralles, Santa Margarida de Montbui i Vilanova del Camí, que representen una superfície de 396,19 km² i una població de 83.602 habitants (Idescat, 2022). Hi ha una zona perifèrica que inclou els municipis limítrofs als municipis del parc agrari.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



Anàlisi de la situació actual – OFERTA ENOGASTRONÒMICA

Els productes del Parc Agrari de la Conca d'Òdena (PACO) es troben en diversos establiments comercials. Per indicar-ne l'origen i posar en valor el PACO, els productes estan senyalitzats amb les rodones de cartró que indiquen que "Aquí tenim productes del PACO".



Anàlisi de la situació actual – OFERTA ENOGASTRONÒMICA

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

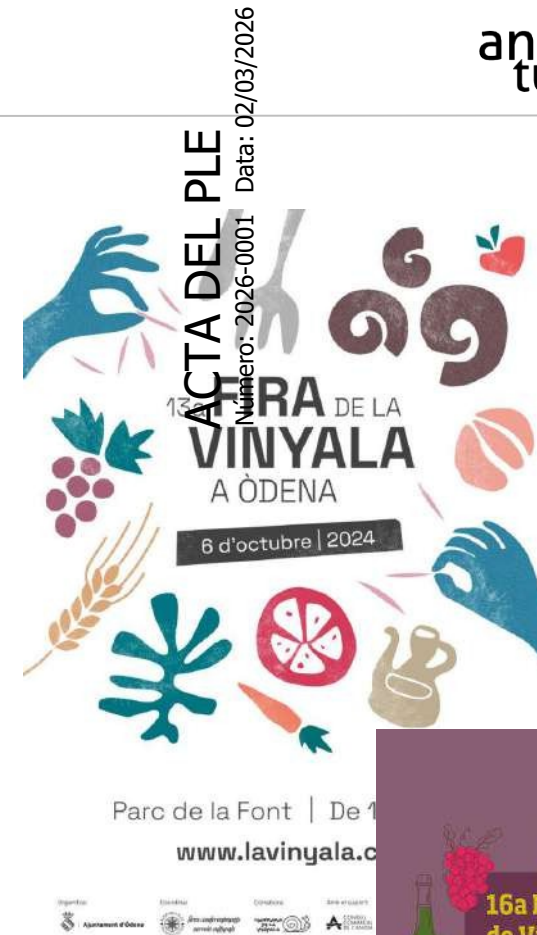
Festes i campanyes gastronòmiques

Durant l'any, se celebren diverses fires, festes, mostres i jornades que tenen un component gastronòmic important o central: Mostra de vins d'altura a La Llacuna, Mercat de les espècies i productes de la terra a Argençola, Mostra del tomàquet de Copons, Fira de la Vinyala d'Òdena, Mostra de Productors i Ruta tast del PACO, Fira de cervesa artesana a l'Espelt d'Òdena, etc.

Aquestes festes atrauen a visitants i solen tenir una durada d'un o dos dies. En general, són activitats que es van duent a terme al llarg del l'any i que tenen més o menys interès turístic.

Per altra banda, existeix una xarxa de restaurants amb poder d'atracció per si mateixos (ex. Somiatruites, Nou Urbisol, Castell d'Orpí, Molí Blanc...).

No existeixen campanyes gastronòmiques de col·laboració entre col·lectius (restauració, productors, comerç) al voltant d'una temàtica i que duri uns quants dies (hi ha tastos puntuals però no campanyes). No hi ha cap col·lectiu de cuina, ni gremi que aglutini el sector de la restauració. Vadefoodies és una acció gastronòmica (2025 vinculada als restaurants que fan cap i pota).



Enoturisme

L'oferta enoturística està formada per una vintena de cellers, la gran majoria situats en municipis de l'Anoia Sud, com Vallbona d'Anoia, Piera, Masquefa i Hostalets de Pierola; i també en altres municipis com La Llacuna, Òdena i el Bruc.

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 1) Caves Pagès Entrena | www.pagesentrena.com |
| 2) Bodegues Puiggròs | https://bodegaspuiggros.com/ |
| 3) Torrens Moliner | https://torrensmoliner.com/ |
| 4) Puig-Romeu | https://www.puig-romeu.com/ |
| 5) Can Grau | |
| 6) Bodegues Puiggròs | https://bodegaspuiggros.com/ |
| 7) Celler Grapissó | www.cellergrapisso.cat |
| 8) Celler Clot de les Soleres | www.clotdelessoleres.com |
| 9) Cava Gabarró | www.cavagabarro.cat |
| 10) Celler Torrens Moliner | www.torrensmoliner.com |
| 11) Cava Pagès Entrena | www.pagesentrena.com |
| 12) Raventós Rosell | www.raventos-rosell.com |
| 13) Can Bonastre | www.canbonastre.com |
| 14) Can Feixes | www.canfeixes.com |
| 15) Caves Bohigas | www.fermibohigas.com |
| 16) Celler Pla de Morei | www.plademorei.com |

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



Malgrat aquest nombre important de cellers, no hi ha DO pròpia. Algunes són part de la DO Penedès i algunes de la DO Catalunya.

No hi ha cap ruta del vi de l'Anoia. Des de la UEA es va fer un fulletó per valorar aquests establiments.

Oleoturisme

Hi ha algunes explotacions que fan oli d'oliva de qualitat i sovint ho complementen amb més serveis turístics (visites, tallers, allotjament...):

- 1) Maset de la Costa (Piera) www.masetdelacosta.es
- 2) Molí de Can Gibert (Jorba) <https://molidolicangibert.com/>
- 3) Oli Monbruc (El Bruc) <https://olimontbruc.com/>

Hi ha diversos trulls: a Piera, a Igualada i a Jorba. En alguns d'aquests trulls molen pels productors que ho demanen.

Hi ha un projecte de ruta de l'oli vinculant el Bruc i Collbató que es senyalitzarà per a poder-la fer a peu.



ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Anàlisi de la situació actual – OFERTA ENOGASTRONÒMICA

Productes singulars

Els productors de l'Anoia estan agrupats sota el paraigües de "l'Anoia del camp a la taula" (marca amb la qual promocionen els productes de l'Anoia).

L'Anoia també participa al projecte Xarxa Productes de la Terra (XPT) de Diputació de Barcelona. Dins de la XPT, s'han escollit alguns productes singulars de cada comarca (productes que destaquen per unes característiques úniques, sigui per les seves propietats o pel procés de producció, i que mantenen un vincle estret amb el territori on es produeixen o s'elaboren). En el cas de l'Anoia, els productes que es consideren singulars són:

- El Cigronet de l'Anoia
- L'Oli de la varietat vera del Montserratí

A banda d'aquests, hi ha d'altres productes agroalimentaris que són reconeguts a nivell de comarca com:

- El tomàquet de Copons
- La vinyala
- La botifarra de Calaf
- Els préssecs de La Fortesa
- El vi



Experiències gastronòmiques o etnogràfiques

Cal Serrats a Argençola: Productors de carn de xai que ofereixen l'experiència de poder viure un matí amb el pastor. www.calserrats.com/el-mati-del-pastor

Forn de Jorba a Jorba: Forn amb pa tradicional que també ofereix visites als horts (gestionat pel col·lectiu Eixarcolant).

Ecomercaderet a Santa Margarida de Montbui: productors d'horta amb una aula d'entorn rural per a fer-hi activitats per conèixer els Horts. <https://ecomercaderet.cat/>

PACO. S'està treballant per ampliar les experiències a nivell escolar i turístic.



Anàlisi de la situació actual

L'anàlisi de la situació s'estructura en els següents 7 àmbits:

3.1 Oferta cultural

3.2 Oferta de natura i activitats al medi natural

3.3 Oferta enogastronòmica

3.4 Grans esdeveniments

3.5 Serveis turístics

3.6 Demanda turística

3.7 Comunicació i màrqueting

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Anàlisi de la situació actual – GRANS ESDEVENIMENTS

El Rec.0

El Rec.0 és un festival de moda, cultura i gastronomia que se celebra dues vegades a l'any, i només durant quatre dies, al barri del Rec d'Igualada.

Les velles fàbriques i adoberies del vell barri industrial de la ciutat, es transformen de forma efímera en pop-up stores de moda on grans marques locals i internacionals i dissenyadors de moda independent i emergent hi venen els seus estocs i mostraris a preus únics.

Aquesta iniciativa va néixer el novembre de l'any 2009 de la mà d'un grup de sis persones compromeses amb el barri del Rec, que volien donar-lo a conèixer al màxim de gent i vincular-lo amb la creativitat del món de la moda. A la primavera del 2025 tindrà lloc la 16 edició.

Aquest esdeveniment atreu a milers de persones de tot Catalunya. Segons l'ACN Igualada, la 15 edició de novembre 2024 va atreure a 10.000 visitants i es varen vendre 250.000 peces de roba.

<https://www.larepublica.cat/minut-a-minut/el-rec-0-digualada-frega-els-100-000-assistents-i-les-250-000-peces-de-roba-venudes-2/>

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



[WWW.LAREPUBLICA.CAT](http://www.larepublica.cat)

European Balloon Festival

Concentració internacional de globus aerostàtics que es va celebrar per primera vegada el 1997 a Igualada. Des d'aleshores s'ha consolidat com una competició i un festival de referència a nivell europeu.

El festival té lloc durant la primera quinzena de juliol a Igualada i reuneix durant quatre dies (de dijous a diumenge) a més de 25.000 espectadors i més de 50 globus aerostàtics procedents de molts països del món.

A banda dels vols, hi ha moltes activitats complementàries a la ciutat i també s'aprofita per presentar novetats del sector.

El 2025 ha tingut lloc del 9 al 13 de juliol la 29a edició d'aquest festival.



01 Jul 2025

Ultramagic presenta la nova cistella "Kids Balloon View", pensada per apropar l'experiència del vol en globus als més petits

L'empresa igualadina Ultramagic Balloons, referent mundial en la fabricació de globus aerostàtics, presentarà dijous 10 de juliol, en el marc del vol inaugural de l'European Balloon Festival, la seva darrera novetat: la cistella "Kids Balloon View", dissenyada especialment perquè els infants puguin gaudir al màxim de l'experiència de vol.



05 Jul 2025

Els Iglús de Vent omplen Igualada d'activitats lúdiques, culturals i esportives

Igualada tornarà a viure una setmana plena d'activitats immersives gràcies als Iglús de Vent, unes efímeres fetes amb teles de globus reciclats que es convertiran en espais d'activitat i creativitat públics.

Festival de Llegendes de Catalunya

A Sant Martí de Tous se celebra cada estiu (el primer cap de setmana de juliol) el Festival de les Llegendes de Catalunya. El 2024 va celebrar la seva 14a edició amb un total de 47 propostes i amb gairebé 5.000 espectadors. El poble té uns 1200 habitants i més d'un centenar fan de voluntaris perquè el festival es pugui portar a terme.

El festival dura quatre dies i ofereix una programació per tots els públics. S'hi fan espectacles de teatre, narració, dansa, circ, instal·lacions i itinerants. Totes les funcions de carrer són gratuïtes i les de sala, programades de forma majoritària a les hores de més calor, tenen un preu simbòlic de tres euros per poder controlar l'aforament.

www.llegendes.cat/ca/el-festival.html



ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Anàlisi de la situació actual – GRANS ESDEVENIMENTS

Mostra Igualada

Organitzat per l'ajuntament d'Igualada, se celebra el primer cap de setmana d'abril en diferents espais d'Igualada i de Vilanova del Camí. Es un aparador de les arts escèniques per a tots els públics. Hi assisteixen 30.000 espectadors i a 1000 professionals.

ACTA DEL PLE
Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



mostra
igualada

fira
d'espectacles
infantils
i juvenils

Mostra Igualada és la fira de referència de les arts escèniques per a tots els públics de Catalunya

Un gran aparador dels millors espectacles per a públic infantil i juvenil, que anualment aplega al voltant de 30.000 espectadors i més de 1.000 professionals a la capital de l'Anoia, Igualada.



www.mostraiqualada.cat

Anàlisi de la situació actual – GRANS ESDEVENIMENTS

Jornada gastronòmica de les Plantes Oblidades

Esdeveniment organitzat pel col·lectiu Eixarcolant, amb el suport de l'ajuntament d'Igualada, l'últim cap setmana de setembre, amb l'objectiu de (re)descobrir què són i per a què serveixen les plantes oblidades i per treballar per un model de producció i consum d'aliments més sostenible.

Es una trobada que té lloc a diferents espais de la ciutat d'Igualada i que combina fira de productors, formacions i tallers, música, activitats lúdiques. Implica a més de 120 ponents i prop de 180 voluntaris.

La jornada ofereix al visitant més de 100 activitats en un sol dia i hi assisteixen més de 5.000 persones.

El 27 de setembre del 2025 tindrà lloc la desena edició.

<https://eixarcolant.cat/jornada/>

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Competicions esportives:

- Volcat: Competició internacional en BTT (amb més de 500 participants de 15 països diferents) amb una durada de 3 dies, sortint i arribant cada dia a Igualada. Es fa per Setmana Santa. La propera edició serà els dies 18, 19 i 20 d'abril 2025. És la més important a nivell de la comarca.
- Ebike Anoia Tour Castells: El 2025 serà la segona edició i es farà l'1 de juny 2025. Opcions des de 22 fins a 48km. Ruta Hostalets de Pierola-Piera-Masquefa.
- E-bike Mediterrània: No és una cursa sinó una ruta puntual organitzada amb el recorregut en dues etapes: Opció llarga (Igualada-Cunit-Igualada 90+70km) i Opció curta (Sant Quintí de Mediona-Cunit-Sant Quintí de Mediona, 62+43km), passant per les comarques de l'Anoia i l'Alt i el Baix Penedès. Es celebra a l'abril (5 i 6 d'abril 2025).
- Altres menys turístiques que atrauen a persones però de més proximitat: Panna el Bandoler a Sant Martí de Tous (BTT), la NEAN de Capellades, la Botifarraner de La Llacuna...



ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



Anàlisi de la situació actual

L'anàlisi de la situació s'estructura en els següents 7 àmbits:

3.1 Oferta cultural

3.2 Oferta de natura i activitats al medi natural

3.3 Oferta enogastronòmica

3.4 Grans esdeveniments

3.5 Serveis turístics

3.6 Demanda turística

3.7 Comunicació i màrqueting

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Anàlisi de la situació actual – SERVEIS TURÍSTICS I ALLOTJAMENTS

A la comarca de l'Anoia hi ha uns 90 establiments d'allotjament turístic amb un total d'aproximadament 2.000 places.

A nivell de tipologia, el que més trobem són Habitatges d'Us Turístic (HUT), seguits per cases de turisme rural, hotels, albergs, apartaments turístics i finalment un càmping.

Els establiments de turisme rural i HUTs tenen menys de 20 places i, en general, s'ubiquen en l'entorn rural i disposen de bons serveis.

A nivell d'hotels (14) hi ha molta variabilitat, des d'hotels grans i poc renovats fins a hotels boutique amb poques habitacions, que s'adrecen a un segment de client amb alt poder adquisitiu. L'ampli ventall de categories i tipologies d'allotjament fa que es pugui donar resposta a diferents segments de demanda.

Hi ha 7 albergs que també amb capacitat significativa. L'alberg de Cal Maco a Igualada té capacitat per a 45 persones i és nou.

A nivell de càmping, només n'hi ha un (càmping Vilademàger, a La Llacuna), de dues estrelles i relativament petit (90 parcel·les).

Hi ha una àrea d'autocaravanes en funcionament a Capellades que dona servei de buidat, d'aigua potable, d'electricitat. A Calaf i a Vallbona d'Anoia hi ha àrea per autocaravanes amb servei de buidat, però no subministra aigua potable i hi ha diversos municipis que disposen d'espai d'aparcament per autocaravanes però sense serveis. Hi ha, però, diversos projectes en curs per crear espais per autocaravanes amb serveis (a Piera es treballa per una àrea amb serveis i capacitat per unes 15 autocaravanes, a Masquefa, Vilanova del Camí i Igualada també tenen projectes).



Anàlisi de la situació actual – SERVEIS TURÍSTICS I ALLOTJAMENTS

A la ciutat d'Igualada hi ha, actualment, 6 establiments d'allotjament, d'aquests, però, només tres estan pensats pels visitants i ofereixen serveis posats al dia:

- Alberg Cal Maco, alberg amb 45 places i de construcció recent (2022).
- Hotel Somnatriutes, reformat al barri del rec i amb 7 habitacions.
- Hotel Cal Roure, hotel boutique de 4 habitacions al centre d'Igualada. Tindrà dues habitacions més (en total 6).
- Hotel Amèrica, hotel gran amb 34 habitacions. Hotel força antic.
- Hotel Canaletas, hotel gran, amb 56 habitacions però molt antic (s'hi realitzen sovint rodatges d'anuncis i pel·lícules donat el seu aspecte d'aturat en el temps). No té vocació turística.
- Hotel Ciutat d'Igualada (tancat des del 2015 però en renovació, el projecte publicat planteja un hotel de tres estrelles amb 20 habitacions d'hotel i 46 d'aparthotel).

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Anàlisi de la situació actual – OFERTA DE MICE I ESDEVENIMENTS

Hi ha alguns establiments que s'estan especialitzant en trobades d'empresa i celebracions. Sovint es tracta de masies ubicades en l'entorn rural i amb instal·lacions de qualitat.

Alguns que destaquen en aquest sentit a la comarca:

1. Mas dels Vicencs a la Pobla de Claramunt
2. Castell de Tous a Sant Martí de Tous
3. Masia Aubareda a Sant Martí de Tous
4. Ses Oliveres a Igualada
5. Can Oller de la Guàrdia a El Bruc
6. Hotel el Bruc a El Bruc
7. Ca n'Alzina a Rubió
8. Mas de Pedrafita-Somiatruites a Rubió
9. Can Macià a Òdena
10. Can Bonastre Wine Resort a Masquefa
11. Maset de la Costa a Piera
12. Hotel Molí Blanc a Jorba
13. Masia Ventanell a La Llacuna
14. Masia el Marimon a La Llacuna

L'empresa UAUU, Weddings & Events, ubicada a Igualada, promou i organitza esdeveniments en alguns d'aquests espais (www.uauu.cat).

02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Anàlisi de la situació actual – EMPRESSES D'ACTIVITATS

Les empreses d'activitats de la comarca són:

Guiatges culturals

- Anoia Patrimoni

Senderisme i nòrdic walking

- Guies de Montserrat. Sortides guiades, sobretot a l'entorn de Montserrat.
- Pas a Pas . Ofereixen sortides guiades fent marxa nòrdica.
- Fran Juarez, guia de muntanya i natura.

Bicicleta

- La Bicicleta a Calaf. Sortides guiades i lloguer de bicicletes elèctriques.
- Rec Bikes a Igualada. Sortides guiades i lloguer de bicicletes elèctriques.

Globus

- Globus Kon-tiki a Òdena. Ofereixen vols en globus a tot Catalunya.
- Camins de vent a Rubió. Ofereixen vols en globus a tot Catalunya. Tenen escola de pilots.
- Anoia balloons a Copons. Ofereixen vols a l'Anoia i al Catalunya Central.

Parapent

- Bcn Parapent
- Skycrew parapent i paramotor
- El Club Parapent Les Malloles amb una zona de vol a Rubió

Aeròdrom d'Òdena

- Laminar Air. Escola de pilots de l'aeròdrom d'Igualada-Òdena on es fan cursos amb simuladors per formar pilots de PPL, ULM i RPPL.

Hípiques

- Cal Graells a Calaf. Sortides guiades a cavall
- Dankaes a Copons. Sortides guiades a cavall
- Hípica la Lluna a Piera. Sortides guiades a cavall
- Serra Burgès a la Torre de Claramunt. Sortides guiades a cavall

Motor

- Parc Motor a Castellolí. Circuit de karts/supermotard, zona de motocròs, zona de trial, zona de 4x4 i paintball.
- Karting a Castellolí. Pista amb característiques d'un autòdrom de Fórmula 1 o Moto GP.

Altres

- Òdena Village a Òdena. Espai destinat a l'esport, l'oci i la natura, té com a objectiu promoure els hàbits saludables i la pràctica de l'esport, l'oci i la natura. S'hi ofereixen activitats per a famílies i grups i per a escoles.



Anàlisi de la situació actual

L'anàlisi de la situació s'estructura en els següents 7 àmbits:

3.1 Oferta cultural

3.2 Oferta de natura i activitats al medi natural

3.3 Oferta enogastronòmica

3.4 Grans esdeveniments

3.5 Serveis turístics

3.6 Demanda turística

3.7 Comunicació i màrqueting

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

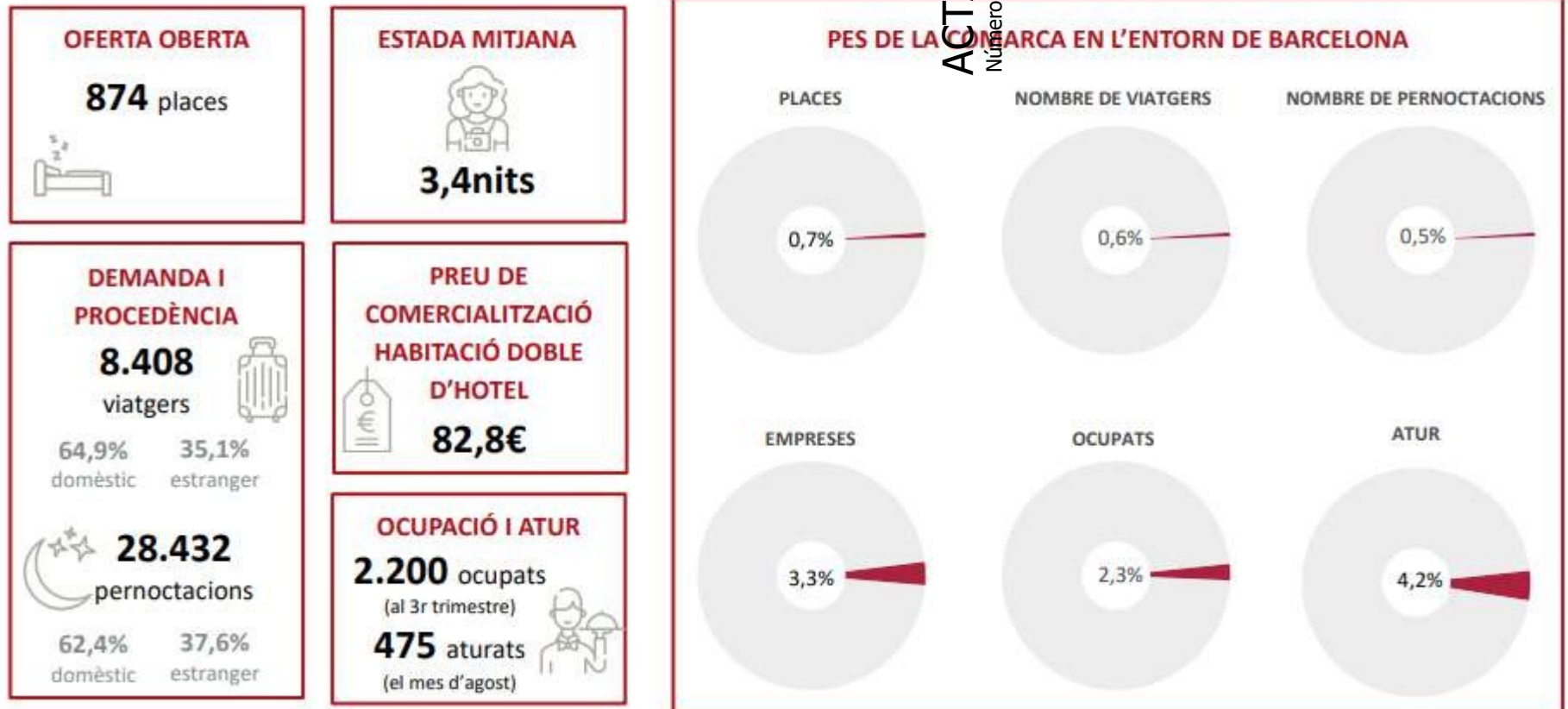


En el còmput de les places d'allotjament no hi són comptades les places dels HUTs



PRINCIPALS RESULTATS A L'ANOIA Estiu 2024

ACTA DEL PLE
Número: 2026-0007 Data: 02/03/2026



www.diba.cat/documents/d/turisme/informe-activitat-turistica-anoia_estiu-2024-v2-pdf

Anàlisi de la situació actual – DEMANDA

Actualment, el perfil de visitant a l'Anoia és molt divers. En aquest sentit, entre setmana hi ha visitants que s'allotgen als establiments de la comarca per motivacions laborals vinculades sobretot a la indústria i al comerç, i els caps de setmana i períodes vacacionals inclouen famílies i grups de persones que venen a l'Anoia per a realitzar-hi activitats i descobrir-hi el seu patrimoni, per esdeveniments culturals i esportius i, també, persones que s'hi allotgen com a punt per conèixer Catalunya o Barcelona.

Malgrat l'Anoia té relativament poques places d'allotjament (menys de 2000), moltes d'aquestes són en establiments petits però amb bons serveis. Això permet que puguin acollir visitants de tipologies diverses i de poder adquisitiu mig/alt. També marca la imatge de la comarca en l'imaginari dels visitants com una comarca eminentment rural i tranquil·la a prop de Barcelona, la platja i el Pirineu.

Segons el LAB de DIBA, el 2024 l'arribada de turistes estrangers va créixer un 8,6% a l'Anoia durant l'estiu.

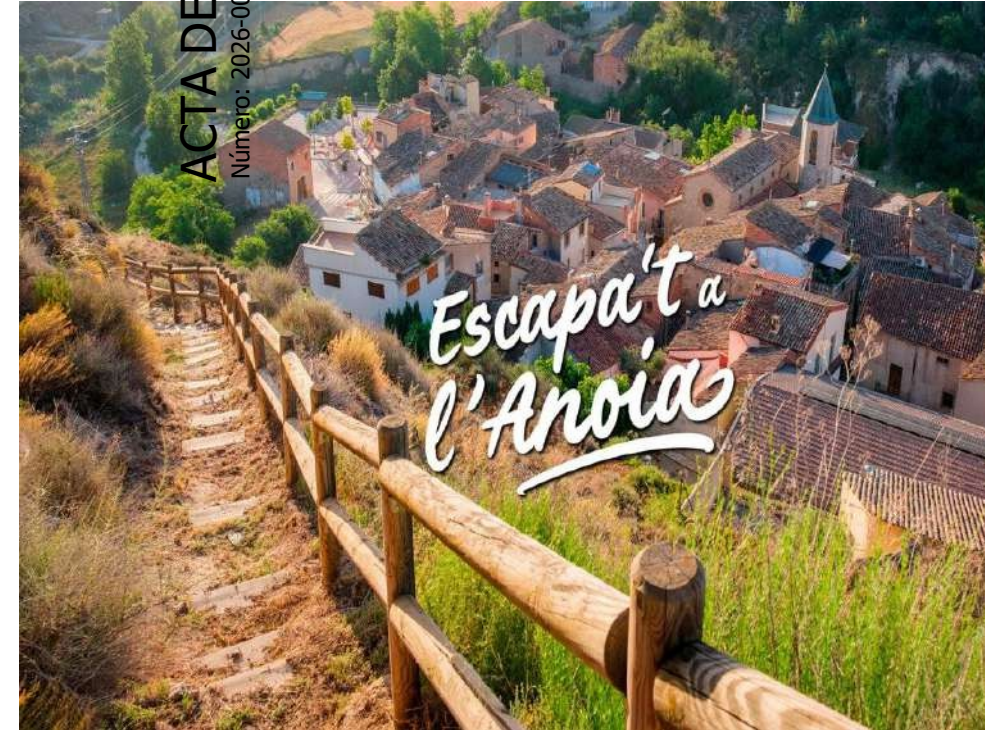
La procedència del turisme de l'Anoia es reparteix aproximadament amb dos terços de turisme domèstic i un terç d'estranger.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més



Anàlisi de la situació actual

L'anàlisi de la situació s'estructura en els següents 7 àmbits:

3.1 Oferta cultural

3.2 Oferta de natura i activitats al medi natural

3.3 Oferta enogastronòmica

3.4 Grans esdeveniments

3.5 Serveis turístics

3.6 Demanda turística

3.7 Comunicació i màrqueting

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més





Analitzant la pàgina web turística com veure que:

- És una web amb tota l'oferta turística per tipologia de recursos i serveis.
- Hi ha un apartat dins de "q" propostes segmentades.
- Hi ha l'opció de subscripció a u per rebre recomanacions i tam d'agenda.
- La web està traduïda a 4 id castellà, anglès i francès.
- No té imatges de vídeo, tot són fo
- No hi ha un aparat del que "no e o imprescindibles tot i que hi ha "tops de l'Anoia" que es pot desc

Anàlisi de la situació actual – COMUNICACIÓ I MÀRQUETING

anoia
turisme



anoiaturisme :

Anoia Turisme

1416 publicaciones 9035 seguidores 587 seguidos

Canal oficial d'Anoia Turisme.

Comparteix la teva experiència #anoiaturisme amb nosaltres
Plaça Sant Miquel, 5, Igualada 08700

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



Agenda



Castells



En joc



Activitats



Gorgs



Biosphere



Gastro



Instagram: 9.035 seguidors*

Facebook: 5400 seguidors

Twitter: 2159 seguidors

Youtube: 74 seguidors

(*) En general, comparativament amb les veïnes, el número de seguidors d'Anoia Turisme és mica inferior. L'Instagram comarcal d'Osona té 9.035 seguidors, el del Berguedà 20.000, el del Bages 10.000.

Les imatges presents a les xarxes socials són de baixa qualitat, millorant i professionalitzant. A nivell de vídeo, el contingut de qualitat és inferior, no hi ha cap vídeo de promoció.

La campanya "Escapa't a l'Anoia" porta 5 anys i necessita un "claim" de comunicació a xarxes i web.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

4.

Diagnòstic DAFO

La diagnosi que segueix utilitza el sistema DAFO i se centra en 7 àmbits:

1. Condicionants generals del territori
2. Recursos i infraestructures turístiques
3. Productes i serveis turístics
4. Sostenibilitat turística
5. Demanda turística
6. Planificació, organització i gestió turística
7. Màrqueting turístic

ANÀLISI DAFO



DEBILITATS

1. Grau de desenvolupament turístic desigual dins la comarca: estructuració del sector, nivell de col·laboració públic-privada, distribució de fluxos de demanda, etc.
2. Poca diversificació de la demanda turística. Excessiva dependència del mercat nacional i estacionalitat de la demanda.
3. Manca d'algunes infraestructures adequades que posin en valor certs recursos de la destinació (senyalitzacions d'accessos, transport públic, etc.).
4. Grau de notorietat millorable de la marca Anoia com a destinació turística.
5. Baix coneixement dels fluxos de demanda i les seves característiques (tipus de segments, perfils, etc.).
6. Relat comú poc definit a nivell de destinació. Necessitat de disposar d'un relat de destinació que pugui servir de paraigües per l'acció de màrqueting i promoció d'Anoia Turisme. La marca necessita dotar-se de continguts que la vinculin emocionalment amb el territori de forma global i parcial, integrant els diferents territoris de manera transversal.
7. Sostenibilitat molt corporativa. Necessitat d'associar valors concrets a la sostenibilitat vinculada a l'Anoia, donant-li diferenciació i aportant un valor afegit que generi capacitat d'atracció.
8. Manca d'empreses al territori que estiguin especialitzades en la comercialització de l'oferta turística.

FORTALESES

1. Existència d'Anoia Turisme, amb tècnics que treballen l'estratègia de la comarca i també suport a nivell municipal i amb taules de treball i representació públic-privada de tot el sector turístic de la destinació.
2. Procés de diversificació de l'oferta durant els últims anys i treball dels municipis per crear oferta de qualitat.
3. Existència de recursos i propostes turístiques rellevants: PN de Terra de Castells, etc.
4. Projectes en desenvolupament per part del sector públic (via blava, bike, xarxa de camins,) i privat (renovació i obertura de nous allotjaments, creació de noves empreses d'activitats...)
5. Existència de cellers i molins d'oli així com d'un conjunt d'espais agroalimentaris organitzats sota el paraigües del Parc Agrari, aprofitant el turístic si s'estructura.
6. Destinació amb capacitat de sorprendre. Quan es coneix, en destaca. Aquest desconeixement i la manca d'un gran volum de visites permet presentar-se com una comarca autèntica.
7. Canals de promoció propis, tant a nivell online com offline.
8. Aposta ferma d'Anoia Turisme per la sostenibilitat. Treball per a l'obtenció de segells vinculats a la sostenibilitat. (CS Biosphere)
9. Diversos municipis de la comarca (o part d'alguns municipis) són molt atractius i tenen un encant clar a nivell arquitectònic i que poden esmentar-se com a mateixos recursos visitables si es treballa aquest aspecte (ex. Cop

ACTA DEL
Número: 2026/0001

DEBILITATS

1. Comarca amb contextos i realitats geogràfiques molt diferents. Poc sentiment de pertinença a la comarca de l'Anoia. En general, no es creu que el turisme sigui un sector estratègic.
2. Molta disparitat entre la realitat dels municipis (amb quatre municipis que aglutinen el 70% de la població de la comarca).
3. Alguns municipis més propers a l'àrea metropolitana s'estan convertint en ciutats dormitori (gent que hi va a viure perquè són a 20 minuts de Barcelona i tenen bons serveis i bona comunicació). Això fa incrementar preus i genera problemes d'habitatge.
4. Falta de transport públic. Hi ha la línia Llobregat-Anoia de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya que comunica Barcelona amb Igualada i que té parada a Piera, Vallbona d'Anoia, Capellades, La Pobla de Claramunt i Vilanova del Camí. També hi ha connexió amb Calaf per tren de RENFE (línia Manresa-Calaf-Cervera, però només amb 5 trens diaris).
5. No hi ha cap espai natural protegit que tingui entitat de protecció com a parc natural (amb l'excepció d'una part del PN de Montserrat que pertany a l'Anoia).

FORTALESES

1. Territori preservat a nivell natural i cultural, no malmès ni massificat i amb un patrimoni ric.
2. Diversitat de paisatges i de recursos (sobretot culturals) gestionats i ben visitats.
3. Recursos turístics amb reconeixement turístic a nivell nacional i internacional (Montserrat).
4. Proximitat a grans àrees de població on hi viuen persones amb necessitat d'espais tranquils on desconnectar.
5. Existència de projectes tractors importants per posicionar el territori a la xarxa de mobilitat lenta, Anoia Terra de Castells, Artisanaria, Parc Agrari d'Òdena, etc).
6. Existència d'esdeveniments de ressò internacional amb potència a tota la comarca o algun punt de la comarca al mapa turístic del país (Festival...).

ACTA DEL...
Número: 2026/0001
Data: 02/03/2026

DEBILITATS

1. Xarxa de senders millorable:

- ✓ Disparitat de models de senyalització en els camins (conviuen senyals posats per Anoia Turisme, pel Consorci de l'Alta Anoia, pel MICOD, per la Mancomunitat de l'Alta Segarra, per Diputació de Barcelona i per la Generalitat de Catalunya).
- ✓ Manca d'adequació d'alguns camins que formen part dels plans de senders.
- ✓ Manca de connexió de la xarxa de camins entre Alta Anoia i la resta de la comarca.
- ✓ El Camí de Sant Jaume i el Camí ignasià no són rutes molt atractives a nivell de camí o paisatge. El seu atractiu és el concepte o motivació i això fa que no siguin rutes que els visitants habituals recorrin. Les fan els peregrins, que deixen un impacte baix en el territori. Tot i això, el tram de Jorba-Igualada-Montserrat té potencial de creixement donats els bons serveis per aturar-se i opcions de combinar-ho amb els camins de la xarxa, via blava, etc.

2. Horaris de visita insuficients (i/o poc fiables) per poder visitar alguns recursos turístics (ex. visites als castells, botigues de Calaf).

FORTALESES

1. Existència d'un Pla de Senders Turístics amb la definició dels camins i la seva priorització i finançament, així com la definició i finançament de la Xarxa de mobilitat ciclable turística i quotidiana de l'Anoia (definició i finançament de les propostes de millora per crear la xarxa i el pressupost).
2. Recursos culturals d'interès turístic: esglésies, castells, camins de espais/museus industrials, espais/museus etnogràfics...
3. Recursos naturals d'interès: gorgs, rius, l'espai natural de Montserrat.
4. Bona imatge a nivell de producció agroalimentària i gastronòmica especialitzades en productes de qualitat, productes singulars (embotit de Calaf, préssec del sud de l'Anoia, tomàquet de Calaf, etc.) i festes i experiències vinculades a l'enogastronomia. També restaurants (tradicionals, cuina de mercat, esmorzars de forquilla).

DEBILITATS

1. Falta d'empreses d'activitats per donar més opcions als visitants i ampliar l'oferta.
2. Falta d'empreses d'estructuració i integració de productes especialitzats (AAVV receptives) que aglutinin l'oferta i la presentin al visitant potencial.
3. Alta dependència d'Anoia Patrimoni com empresa que gestiona molts recursos culturals.

FORTALESES

1. Establiments d'allotjament amb serveis de qualitat que poden aconseguir un bon poder adquisitiu mig/alt.
2. Moltes fires i fires vinculades al producte gastronòmic local (cargols, turons, etc.) i parc agrari, xarxa de productors...que posen en valor el producte de la comarca.
3. Existència de restaurants referents en cuina tradicional i singulars que posen en valor el producte local.
4. Empreses d'activitats professionals alineades amb el posicionament de la comarca:
 - Oferta d'empreses de vol en globus vinculades a una empresa de globus aerostàtics i que té escola de pilots.
 - Empreses de lloguer i guiatge de bicicletes elèctriques i empreses de peu.
 - Empreses de guiatge especialitzades en propostes culturals variades relacionades amb el patrimoni.
5. Hi ha una oficina de turisme a Igualada, a Cal Maco, que actua com a oficina d'informació turística municipal i comarcal.

DEBILITATS

1. Alguns projectes que estan implantant-se al territori poden ser perjudicials per una imatge de territori natural i preservat.
 - A l'Astor hi ha acceptats tres parcs solars amb un total de 170 ha de plaques a 500 metres del poble.
 - Instal·lació d'aerogeneradors i línies d'alta tensió
 - Planta de biogàs que es farà a Conill
 - Abocadors
 - Granges a Pujalt amb 30.000 porcs i 200.000 pollastres...
2. Hi ha tren a la comarca però només té parada en pocs municipis. La resta tenen uns serveis de transport públic precaris.

FORTALESES

1. Creixent sensibilització entre els agents del territori pel desenvolupament turístic responsable. Oferta privada molt enfocada a la sostenibilitat.
2. Xarxa de mobilitat lenta (e-bike, via blava, camins de l'Anoia...), cura a la mobilitat dels visitants però també a la dels residents i així baixant de carboni.
3. Hi ha força empreses amb el segell CS Biosphere i que estan millorant instal·lacions i gestió per a ser més sostenibles.
4. Els projectes d'energia verda, si se saben dimensionar i ubicar en llocs adequats i se saben explicar dins el relat turístic.
5. Hi ha alguns allotjaments que han fet una gran tasca per adaptar-se per ser inclusius.

DEBILITATS

1. Manca d'informació sobre els visitants actuals.
2. Poca diversificació de la demanda turística. Excessiva dependència del mercat de proximitat i estacionalitat.
3. Grau de notorietat baix especialment a nivell nacional i internacional.

FORTALESES

1. Alta fidelització del visitant en alguns establiments.
2. Varietat de segments de visitants a la comarca (vacacional, professional) a desestacionalitzar i dona viabilitat als establiments turístics.
3. Hi ha diversos establiments amb un alt percentatge de clients internacionals (Torre Nova Resort, Can Alemany, La Isla Verde, Can Morei). També hi ha establiments visitables, com ara el Castell de Tous, que acullen casaments de visitants internacionals (en aquest cas s'allotgen sovint a Masia Aubareda i Masia Cal Fust a Sant Martí de Tous).

DEBILITATS

1. Existència de diversos organismes de gestió pública que no sempre treballen de forma coordinada.
2. Manca de coordinació privat-privat, públic-privat. Cada terra fa sa guerra!
3. Manca d'oficines d'informació turística en el territori. Hi ha una oficina ubicada a Cal Maco, a Igualada però no en d'altres parts de la comarca.

FORTALESES

1. Existència d'Anoia Turisme que és l'ens que s'ocupa de la gestió de la comarca i, com a tal, treballa per millorar-ne la competitivitat i la qualitat dels serveis.
2. Suport per part d'Anoia Turisme als municipis en forma d'hores dels tècnics. .
3. Sectors complementaris que tenen un pes específic important a la comarca i que poden complementar l'oferta turística: productors alimentaris, comerç, restauració i fins i tot alguna part de la indústria.

DEBILITATS

1. Falta estratègia de comunicació conjunta (tant pel que fa al territori en si com pel que fa a les diverses entitats públiques i privades que fan comunicació adreçada al visitant potencial).
2. En el material editat no hi ha informació de les connexions i pobles propers que hi ha fora de la comarca. Donada la situació geogràfica de l'Anoia, ajudaria als empresaris (i als visitants) ubicar també les comarques i municipis propers.
3. Comparativament amb les comarques veïnes, el número de seguidors d'Anoia Turisme és inferior. Per exemple, l'Instagram comarcal de l'Anoia té poc més de 9000 seguidors mentre que Osona en té 15.000, el Berguedà 20.000 i el Bages 25.000.
4. Existeix un claim (eslògan) que fa 5 anys que es fa servir a la web i a les xarxes (Escapa't a l'Anoia). Fa falta renovar-lo i vincular-lo al relat que es planteja crear.

FORTALESES

1. Material de promoció agrupat sota el paraigües d'Anoia Turisme segons les motivacions i tipologies de visitant.
2. Grans esdeveniments que tenen lloc a la comarca, que són importants per atraure visitants (ni que sigui de forma puntual) i permeten aprofitar per donar a conèixer més els recursos i serveis turístics.
3. Canals propis de promoció i màrqueting (web, xarxes socials, ...).
4. Marca paraigües provincial, Paisatges Barcelona, que conjuntament amb Osona, Bages i Moianès, pot arribar a mercats per llunyan compartides amb el suport de Diputació de Barcelona.
5. La galeria d'imatges (utilitzades a les XXSS i web) s'han anat profunditzant (a nivell de vídeos, el nivell de qualitat és inferior i no hi ha presentació genèric de la comarca).

AMENACES

1. Canvi climàtic (menys aigua, més calor, risc d'incendis, canvis en el paisatge, dificultats cultius i especialment vinya).
2. Escenari econòmic insegur en general, que afecta la viabilitat de tota la cadena de valor turística.
3. Amb la proposta de vegueries, l'Anoia queda partida i hi ha municipis que pertanyen a la vegueria de la Catalunya Central i diversos que pertanyen a la vegueria del Penedès. Això no ajuda al sentiment de pertinença ni al posicionament comarcal.

OPORTUNITATS

1. Model de turisme i mobilitat alineats amb la lluita contra el canvi climàtic i xarxa de canins com a mobilitat per la població i els visitants.
2. Creixent consciència per la sostenibilitat entre els consumidors per origen que afecta també a un major interès per destinacions turístiques.
3. Consolidació del màrqueting digital. Oportunitats per comunicar i connectar a gran escala a través de les TIC.
4. Creixement del moviment "slow", d'alt potencial per a una destinació turística. Creixent interès per destinacions menys massificades, més autèntiques i tranquil·les.
5. Creixement del consum d'experiències saludables i singulars en entorns naturals. Relació estreta entre activitat física, salut i benestar que afavoreix al turisme en espais naturals.

Algunes conclusions

1. L'Anoia és una comarca poc consolidada a nivell turístic tot i que té recursos, serveis i esdeveniments que atrauen a molts visitants.
2. La ubicació de la comarca (a prop de Barcelona, de l'aeroport, del mar i de la muntanya) i els seus paisatges rurals i la no massificació turística li donen p diferenciació i creixement en el sector turístic.
3. Hi ha allotjaments i empreses de restauració amb bons serveis, ben posicionats i singulars. A molts allotjaments rurals 'adrecen a client vocacional però cada vegada que es posicionen com a espais per a trobades empresarials i celebracions aprofitant les seves instal·lacions, l'activitat empresarial de la comarca i la bona ubicació l'àrea metropolitana.
4. Hi ha una bona taxa d'ocupació els establiments d'allotjament i una combinació interessant de visitants vocacionals i professionals que ajuda a la desestació incrementa la viabilitat dels establiments.
5. La comarca és gran i té realitats diverses i no és fàcil crear estratègies paraigües que funcionin pel total de la comarca sinó més aviat cal establir accions específiques per a cada marc (relat) comú. Cal crear el relat identitari de l'Anoia.
6. Hi ha diversos pobles petits (o nuclis de pobles) ben conservats i amb interès arquitectònic i turístic, malgrat cap d'ells disposa del segell de Poble amb Encant de l'Anoia Turisme s'ha editat un material promocional que han anomenat "Nuclis amb encant" per donar-ne visibilitat.
7. Hi ha projectes tractors que cal acabar i donar a conèixer per la seva importància estratègica: Anoia e-bike, Via Blava, ...
8. La xarxa de camins comarcal està estructurada i existeix un pla de camins on s'ha prioritzat les rutes més rellevants. Caldria homogeneïtzar la senyalització i senyalització antiga i en mal estat. Actualment no hi ha dades per saber quines són les rutes més concorregudes. Es podria plantejar la col·locació de comptadors (ecomptadors) en les principals rutes per saber quina afluència tenen i conèixer també temporalitat. Així es podrien aplicar estratègies concretes per a la seva promoció.
9. La comarca de l'Anoia té una oportunitat de posicionament fent-se seva l'emblemàtica muntanya de Montserrat i donant a conèixer els camins i serveis turístics de Bruc, porten a l'espai natural protegit de Montserrat.
10. El Camí de Sant Jaume o el Camí de Sant Ignasi són rutes interessants a nivell de posicionament, tot i que no deixen molta riquesa al territori al ser rutes de pas (només d'una nit i sovint en els albergs de peregrins). Ara mateix no sembla que té un visitant que consumeixi més enllà de comprar alguna cosa de menjar i l'allotjament.
11. Terra de Castells és un projecte singular i diferenciador a nivell de la província, però està poc estructurat. Els castells tenen interès històric i patrimonial tot i que tenen realitats diferents (edificis privats, públics, estats de conservació diversos...). El problema principal és la gestió de les visites que permeti als visitants poder-los visitar.

Algunes conclusions

13. Tret dels recursos visitables amb més projecció, n'hi ha força de petits interessants però poc estructurats o amb horaris que no cobreixen les necessitats dels visitants. Els punts de banda al ser poc visitats tampoc generen prou valor per incrementar els horaris (peix que es mossega a l'aigua).
14. Hi ha recursos culturals de l'època industrial interessants i que reben molts visitants i realitzen moltes activitats paral·leles (alguns tenen una part important dels seus cursos en el col·lectiu escolar. Ex. Museu Paperer de Capellades). Per la importància passada i present, el relat industrial es podria estructurar i potenciar més. Ex. Visita al Museu de la pell, museu de la pell i visites (potencials) a les adoberies o tallers de pell que encara treballen a Igualada.
15. Hi ha una activitat força singular a nivell de la comarca vinculada amb el món del globus, gràcies a l'empresa Ultramagic (una de les empreses més importants a nivell de la comarca) pel que fa a la fabricació de globus aerostàtics), al Balloon Festival (trobada internacional de globus) i a les empreses que ofereixen sortida en globus i escola de pilotatge a l'aeròdrom d'Òdena hi ha escola de pilots de vol d'ultralleugers. Aquesta singularitat vinculada al món de l'aviació i globus, pot ajudar al posicionament i diferenciació. Cal incorporar-ho en el relat lligant-ho amb la resta d'elements culturals i naturals de la comarca.
16. Els grans esdeveniments que tenen lloc a la comarca atreuen a moltes persones de forma puntual, però els visitants hi assisteixen motivats per l'esdeveniment i no pel lloc. Si l'esdeveniment canviés de comarca probablement els visitants seguirien l'esdeveniment perquè és la seva motivació de visita). Tot i això aquests esdeveniments puntuals fan una aportació econòmica a la zona, als establiments d'allotjament, restauració i comerç i també contribueixen "a posar la comarca al mapa". Per treure més profit, a nivell de posicionament turístic, cal buscar estratègies de col·laboració de manera que es reforci la imatge de marca comarcal, especialment els esdeveniments més s'alineïn amb l'estratègia de posicionament.
17. Cal un relat comarcal comú que ajudi al posicionament de la comarca i cal que tots els actors "remin" en la mateixa direcció.
18. Cal alinear esforços de promoció i màrqueting amb el sector privat i sumar enlloc de restar (no té sentit que hi hagi dues webs que diguin pràcticament el mateix, la de l'associació d'empresaris turístics).
19. Fa falta treballar l'estratègia de màrqueting a diversos nivells per incrementar la visibilitat. Per a fer-ho, a banda del relat, calen fotos i vídeos professionals i treballar per incrementar els seguidors a les xarxes socials.
20. Cal treballar per tenir millor informació de la demanda. No hi ha informació disponible dels visitants actuals (o n'hi ha poca) i caldria portar a terme accions per obtenir informació dels perfils i motivacions dels visitants actuals.

ACTA DEL
Número 2026-001
Data: 02/03/2026

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

5.

Objectius de futur i directrius estratègiques

OBJECTIU PRINCIPAL

Evolucionar el model turístic actual per convertir la destinació en un referent de territori d'interior de qualitat, competitiu i amb un desenvolupament turístic sostenible i responsable.



OBJECTIUS ESPECÍFICS

- **Disposar d'una oferta més diversificada**, amb productes que permetin un desenvolupament turístic responsable. **Ampliar, diversificar i innovar en les propostes de valor**. Realitzar inversions, desenvolupar projectes que permetin crear propostes innovadores. **Tendir a l'especialització**.
- **Atraure nous segments de demanda**, que visitin la destinació fora de les temporades altes. **Disposar d'una demanda turística molt més equilibrada i diversificada**. **Diversificar l'actual portafoli de mercats emissors** de visitants.
- **Potenciar les estratègies digitals de promoció i comercialització i l'ús de les tecnologies TIC**. **Avançar en la transformació digital de la destinació**.
- **Potenciar la mobilitat turística sostenible**.
- **Millorar el model de governança turística**.
- **Millorar la notorietat i imatge turística de la destinació**. **Crear un relat consensuat i que englobi les diferents realitats de l'Anoia com a destinació turística**.



Aconseguir un turisme 365 dies l'any.

Uns objectius clars de futur pel turisme a l'Anoia

El 2030, l'Anoia ha de ser una destinació turística més competitiva, més "intel·ligent" i amb un clar enfocament sostenible en el que...

... es generaran més sinergies entre el desenvolupament turístic i la resta d'activitats econòmiques de la comarca

... es desenvoluparà una activitat econòmica més innovadora, més sostenible i més intel·ligent.

... l'activitat turística contribuirà a la potenciació del producte local i posarà en valor els elements autòctons i valors socioculturals singulars de la destinació.

... la cartera de productes, activitats i experiències turístiques permetrà una estructura de la demanda més sostenible i diversificada.

... haurà millorat el grau de notorietat i estarà més ben posicionada com a destinació turística .

... el sector turístic estarà millor organitzat i hi haurà una estructura estable de treball publico privada.

Noves tendències a aprofitar

Les noves tendències a nivell de visitants tenen a veure amb alguns dels elements esmentats en el DAFO, que fa a les oportunitats i amenaces. Cada vegada hi ha més visitants conscients amb el canvi climàtic i l'efecte que hi té el transport en vehicle privat i volen optar per vacances sense cotxe propi o amb opcions menys contaminants. També, cada vegada faci més calor els mesos d'estiu està fent canviar alguns hàbits en la demanda pel que fa a les destinacions escollides i/o a la temporada en què viuen a les destinacions.

A banda d'aquestes elements hi ha algunes tendències globals que cal tenir en consideració per enfocar els esforços d'Anoia Turisme i del sector turístic de la comarca en la mesura del possible (cal dir que diverses tendències que s'esmenten ja van molt alineades amb l'oferta de valor de la comarca). Tendències a tenir en compte: singularitat, experiències, natura i activitats en espais oberts, benestar per desconnectar i re connectar, *slow travel*, escapades de curta distància, segona edat (preferència per transport menys contaminants), consciència de l'impacte de viatjar, sostenibilitat, treball i vacances en un mateix espai, gastronomia de temporada i d'època.

1. **EXPERIÈNCIES TECNOLÒGIQUES.** La IA, la realitat augmentada, la realitat virtual s'integrarà en les plataformes de viatges, oferint recomanacions personalitzades, tot i que també s'ofereixen experiències immersives. A més, solucions digitals, apps, pagaments online seran la norma, assegurant una experiència més eficient pels visitants.
2. **AUGMENT DELS VIATGES DE "BLEISURE".** Combinació de treball i vacances aprofitant les opcions de teletreball. Les destinacions poden atraure visitants que busquen la seva estada per explorar la cultura local, els recursos i viure experiències singulars. Els establiments i les destinacions s'han d'adaptar per cobrir les necessitats de viatgers que volen gaudir del lloc.
3. **EXPERIÈNCIES AUTÈNTIQUES I IMMERSIVES.** Els visitants busquen experiències immersives i autèntiques, que els permetin connectar amb la cultura local i les tradicions. Cada vegada hi ha més visitants que volen fugir del turisme de masses per viure experiències més personalitzades i experiències (classes de cuina, tallers d'artesanía,...) la idea és que els visitants tinguin un millor coneixement de la destinació i de la seva gent).
4. **TURISME DE BENESTAR.** Les persones prioritzen, cada vegada, més la seva salut i benestar i, per tant, volen experiències de viatges que s'enfoquin a la relaxació, rejuventiment del cos... Des de retirs, spas, ioga, meditació, tractaments holístics, teràpies naturals... Les destinacions ofereixen programes a mida per les necessitats individuals de viatgers i els viatgers tornin a casa revitalitzats.
5. **EXPERIÈNCIES A MIDA.** Itineraris personalitzats i experiències pensades pels visitants que volen experiències diferents. Aquesta, mostra la tendència d'individus amb necessitat de viure experiències memorables.
6. **SOSTENIBILITAT.** Els viatgers són més conscients del seu impacte en l'entorn i en les comunitats locals. Com a resultat hi ha cada vegada més interès en les pràctiques sostenibles com reduir la petjada de carboni, donar suport a les economies locals o participar en la preservació d'espais naturals.

ESTRATÈGIA. PRODUCTES PRIORITARIS

En la sessió de treball del dia 13 de març 2025, els empresaris i gestors turístics participants (que també havien participat en les entrevistes), van dir que els productes desenvolupats actualment a la comarca de l'Anoia eren, per ordre d'importància: turisme rural, senderisme i cultura seguit per un empat entre cicloturisme, compra gastronomia i finalment a la cua, benestar i MICE.

Malgrat aquesta realitat, la comarca té molt potencial com a destinació per MICE i benestar ja que té els requisits necessaris per fer-hi activitats de desconexió, slow serveis (encara que petits) d'allotjament i restauració de qualitat. Igualment també és una comarca ideal per a propostes de cicloturisme. La proposta estratègica pas a invertir en certa manera la importància d'aquests blocs (i lliga amb la resposta de les motivacions principals desitjades en els clients potencials que podrien visitar la

1. Turisme rural
2. MICE
3. Benestar
4. Cicloturisme (via blava, territori e-bike)
5. Senderisme (xarxa de camins, Camí de Sant Jaume, Camí de Sant Ignasi),
6. Cultura: castells, indústries vinculades al riu (tèxtil, pell, paper), etnografia (traginers, botigues museïtzades), artesanía
7. Enogastronomia: horta (cigronet, préssec), vinya, oli, botifarra de Calaf,...
8. Altres activitats esportives : globus

A la comarca de l'Anoia es poden aplicar, principalment, 4 grans estratègies competitives, que es poden resumir en 2 eixos:

EIX 1. FOCUS EN EL PRODUCTE.

- **Estratègia de diversificació.** La destinació ofereix un ampli ventall de productes turístics que, en cada cas, es dirigeixen a segments de demanda amb uns interessos i motivacions diferents. Aquesta és la millor opció per destinacions amb molta varietat i diversitat de recursos i productes, i que es voldran dirigir a diferents segments de demanda per poder tenir un turisme distribuït al llarg de tot l'any, a partir d'una suma de "micro-demandes".

- **Estratègia d'especialització.** La destinació opta per una estratègia mono-producte o, màxim, 2-3 productes turístics amb l'objectiu de convertir-se en una referència per mercats geogràfics amplis.

EIX 2. AVANTATGE COMPETITIVA O COM ET VOLS DIFERENCIAR DE LA COMPETÈNCIA?

- **Estandardització i lideratge en preus.** La destinació ofereix un producte estandarditzat a un preu molt competitiu. És un bon model quan es "fabriquen" quantitats importants d'un mateix producte estàndard, que permet generar importants economies d'escala.

En aquest cas, el factor clau de l'èxit és ser líder en preus, independentment de la qualitat del producte, o ser qui ofereix la millor qualitat-preu.

Lamentablement, moltes destinacions d'interior que no estan duent a terme un bon màrqueting turístic i que no estan posicionades com a destinacions diferenciades al mercat no tenen altra opció que optar per aquesta manca d'alternatives.

- **Valor afegit i diferenciació.** Qualsevol destinació hauria d'aspirar a tenir una imatge turística diferenciada i d'alt valor afegit, i tenir aquesta imatge entre els segments de demanda prioritaris. En aquest cas, el consumidor està disposat a pagar més alt per un producte que no pot trobar en una altra destinació. Hi ha destinacions turístiques d'interior que fallen en l'aplicació d'aquesta estratègia que, potencialment, sí que els podria funcionar. És a dir, un producte d'alt valor afegit i diferenciat de la competència per dirigir-se a segments de demanda però com que no fan un bon màrqueting, no són suficient i acaben obligats a implementar una estratègia de preus baixos.

L'Anoia ha d'optar per un model de diversificació-diferenciació, que permet guanyar un posicionament com a destinació diversificada per tot l'any mitjançant un màrqueting turístic que ha de fer un salt qualitat important com a resultat d'una millor organització, col·laboració i coordinació públic-privada.

Aquesta diversificació-diferenciació s'ha de basar en un portafoli de productes turístics atractius, en els que la destinació pugui generar avantatges competitives sostingudes en el temps.

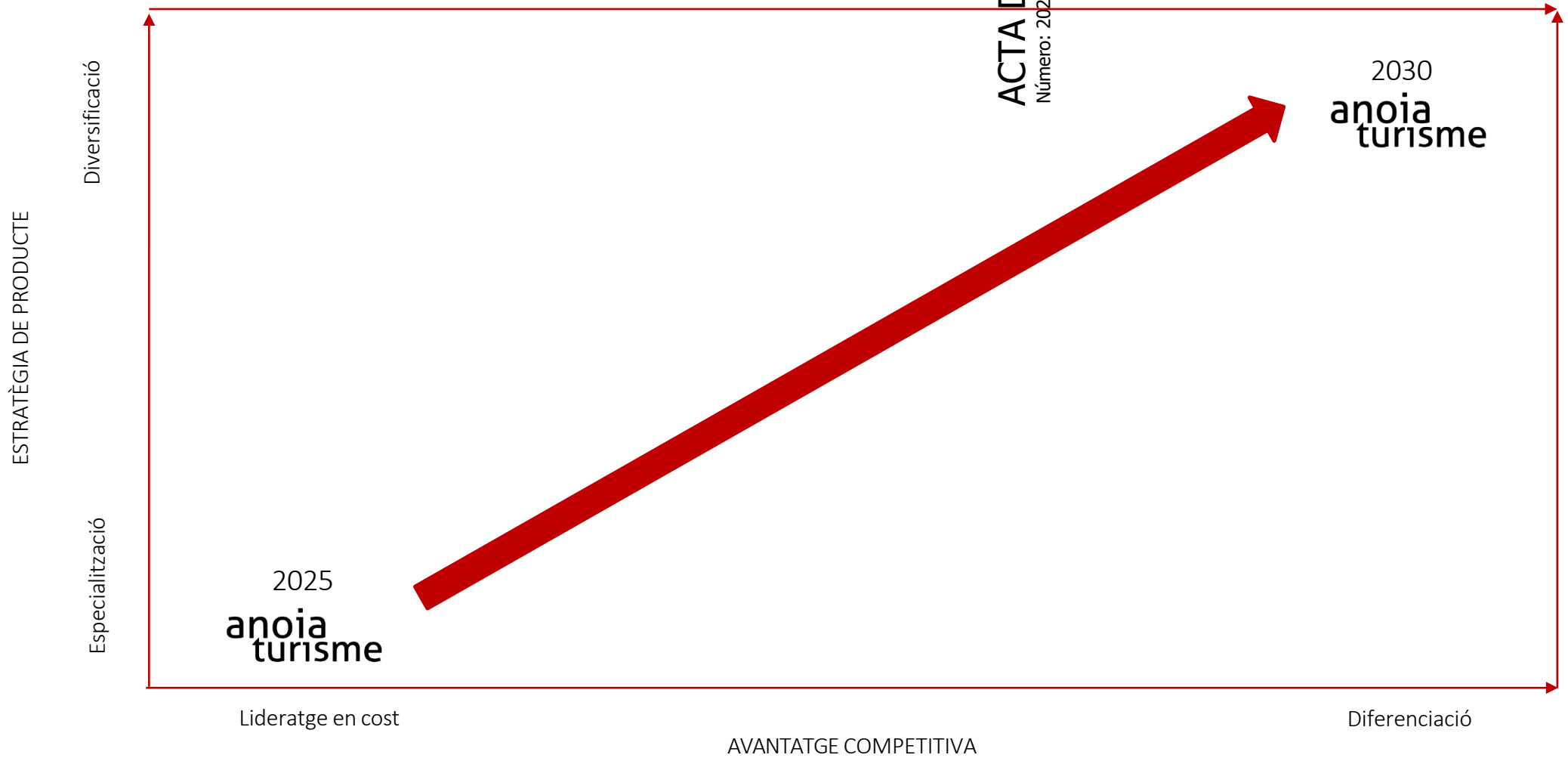
AGENDA DEL PLE
Número: 2024-06-0001
Data: 02/03/2026

Una estratègia turística de diversificació-diferenciació

ESTRATÈGIA COMPETITIVA DE L'ANOIA

ACTA DEL PLE
Número: 2026-001
Data: 02/03/2026

"CONSOLIDAR UN MODEL TURÍSTIC RESPONSABLE, DE MAJOR DIVERSIFICACIÓ I DIFERENCIACIÓ DE LA PROPOSTA DE VALOR TURÍSTICA"



12 grans categories de producte, base per a la definició de l'estratègia

S'han identificat 12 grans categories a l'hora de definir l'estratègia de producte:

EL PLE
001 Data: 02/03/2026

Turisme rural de
desconnexió i paisatge



Territori per caminar



L'Anoia a 2 rodes



Salut i benestar a la natura



Propostes de valor
especialitzades per
completar una oferta 365



Patrimoni cultural:
equipaments, tradicions,
esdeveniments



Gastronomia, oli i vi



Turisme de compres



Circuits/ touring



Reunions i esdeveniments
d'interior



Turisme de dia:
excursionisme



El cel de l'Anoia: vol i globus



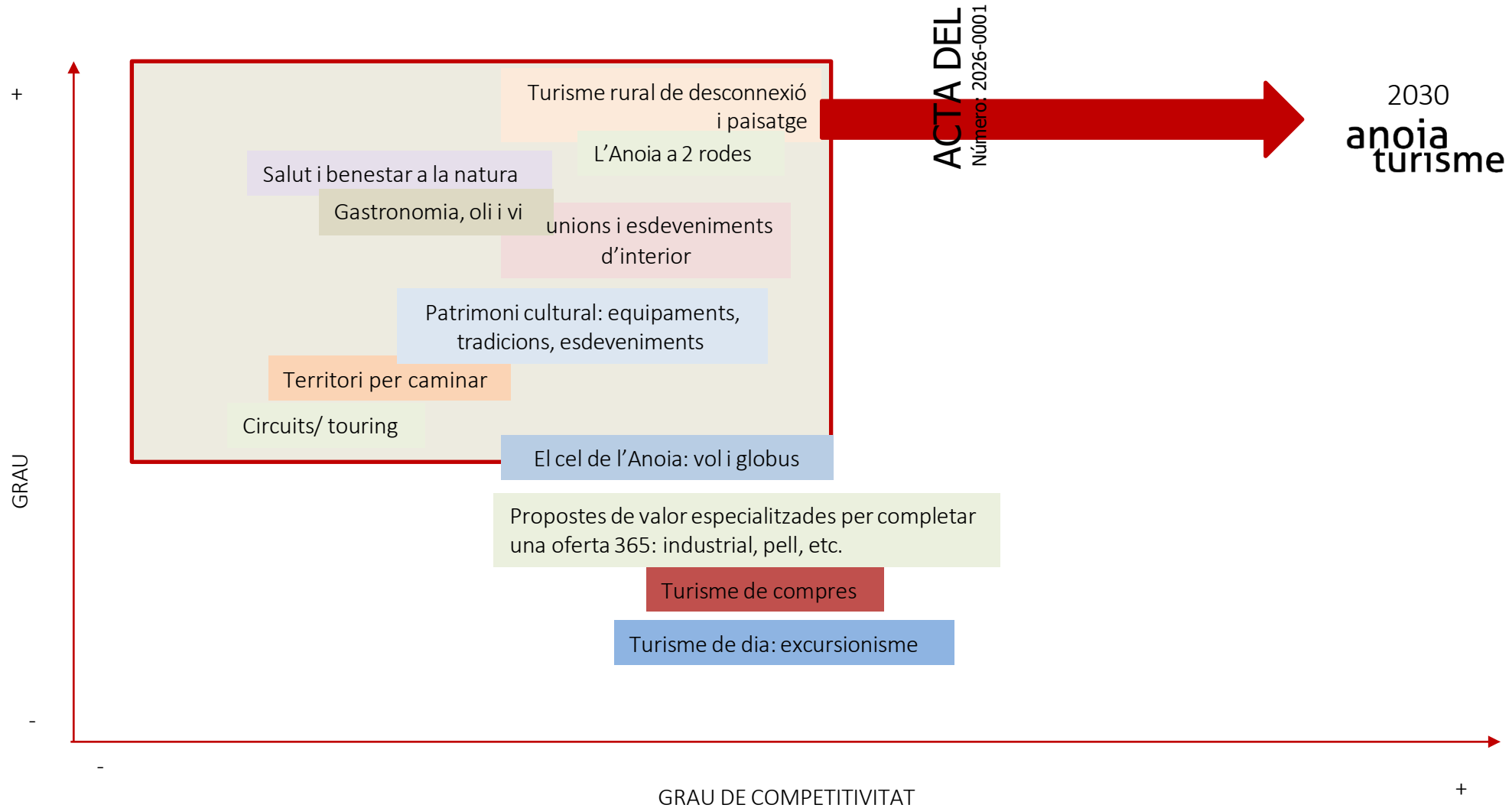
Cal treballar per tenir un portafoli de productes que cobreixin tot l'any

FE: 02/03/2026

anoia
turisme



PORTAFOLI DE PRODUCTES DE VALOR AFEGIT PER COBRIR TOT L'ANY



El repte: una estratègia de producte 365 dies

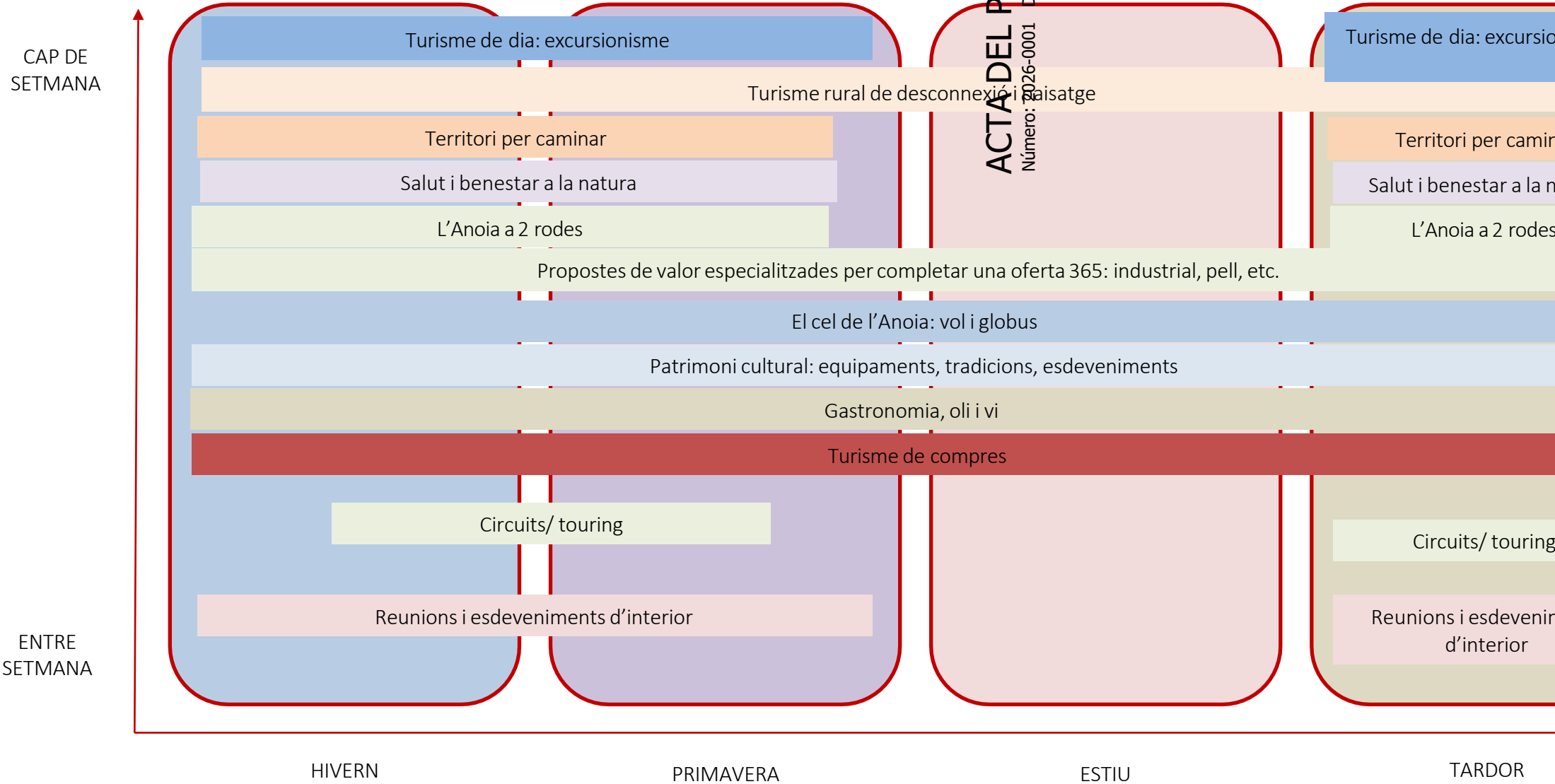
anoia
turisme



Data: 02/03/2026

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001



Un mix de productes que permetin un turisme 365 dies, diversificat i diferenciador

anoia
turisme



A continuació es detallen cadascun dels productes que es proposen considerar a l'estratègia.

Turisme rural de desconexió i paisatge

L'actual oferta de cases de turisme rural, àmplia, de qualitat i preparada per satisfer les necessitats de la demanda, fa que aquest tipus de turisme sigui el més abundant a la comarca a dia d'avui.

Les cases rurals i allotjaments d'interior de la comarca conserven l'essència d'un passat vinculat a la terra, però ofereixen tot el confort per gaudir d'una escapada de desconexió i estada amb la família i amics, permetent conèixer un territori de proximitat però desconegut per molts, de forma tranquil·la. Moltes d'elles es troben envoltades de natura, amb vistes obertes a turons o vinyes, i són el punt de partida perfecte per descobrir la xarxa de senders, rutes a peu o en bicicleta que travessen la comarca.

Per aquests motius (pes actual, maduresa de l'oferta i potencial) es considera un producte important per la comarca, que cal consolidar i mantenir.

Territori per caminar

El contrast de paisatges de l'Anoia és, probablement, un dels atractius més singulars a l'hora de conèixer la comarca caminant: boscos mediterranis, camps de conreu, cingleres i petites valls fluvials, amb la muntanya de Montserrat com a teló de fons, ofereixen al visitant una xarxa de senders per tots els públics i nivells.

Actualment, l'oferta de camins és molt àmplia, la Via Blava, els camins de Jaume I i el Camí Ignasià, les rutes més curtes (temàtiques o no), permeten gaudir de natura, patrimoni i història, que permeten conèixer l'encant i que aporten un valor afegit a aquells que els recorren. Serà important que els aspectes com la senyalització permetin oferir una experiència de qualitat al visitant.

Salut i benestar a la natura

Tal i com mostres les tendències en diversos països, actualment una part important de la població urbana busca llocs on passar temps tranquil·la, recuperar l'equilibri intern i restablir l'harmonia entre cos i ment. A banda, però, no vol fer grans esforços per sentir-se millor (no es tracta de passar hores al gimnàs), sinó de buscar l'equilibri i l'harmonia de forma natural. L'enorme creixement de tractaments naturals, mètodes d'exercici suau i el turisme de natura, salut i benestar, respon a aquesta necessitat. És dels productes turístics que més ha crescut a les destinacions turístiques d'Espanya els últims anys.

Els elements bàsics que configuren una oferta de salut i benestar a la natura són:

- Oferta d'allotjaments amb encant. Petits establiments en un entorn tranquil.
- Oferta gastronòmica amb productes locals, incloent vi, oli i productes de qualitat.
- Entorn i ambient natural que porti pau i tranquil·litat. Natura i paisatges, pobles amb encant, poc soroll, personal atent, etc. Es tracta de generar un sentiment de llibertat, temps i espai personal amb moltes opcions, amb poques regles i obligacions.

Un mix de productes que permetin un turisme 365 dies, diversificat i diferenciador

anoia
turisme



- Activitats de relaxació o exercici passiu. Existència de diverses activitats que no requereixen d'un gran esforç físic i que contribueixin a un major benestar per la persona. Destaquen les activitats relacionades amb la contemplació de la natura, el descobriment de la cultura local, el gaudi de la gastronomia local, però també altres formats com poden ser retirs en grup, etc.

La competitivitat de l'Anoia respecte aquest producte turístic és alta, amb una oferta d'allotjaments amb encant que poden donar una resposta perfecta a aquest tipus de demanda, així com un portafoli d'activitats a realitzar en la mateixa línia.

L'Anoia a 2 rodes

El cicloturisme és una activitat que permet conèixer, descobrir, explorar o simplement recórrer un determinat territori, utilitzant la bicicleta com a mitjà de transport i desplaçament. Carretera, BTT, gravel, ebike... El cicloturisme és una activitat que ha crescut de forma molt significativa els últims anys, i que segueix guanyant adeptes dia a dia. Cal tenir en compte que pot ser una activitat complementaria més durant les vacances, fent sortides diàries o no diàries en bicicleta des d'un allotjament per explorar un determinat lloc o per desplaçar-se amb l'objectiu d'arribar a un punt concret. En aquest cas és una activitat més del "turisme rural de desconexió i paisatge". Però la bicicleta pot ser també la motivació principal del viatge.

L'aposta de l'Anoia per la potenciació del cicloturisme és clara i el potencial de l'oferta és alt. La comarca ja disposa de rutes senyalitzades, malgrat certs trams necessitin d'intervencions per adequar-los, i existeixen empreses (2) i esdeveniments ciclistes importants al territori.

Cal tenir en compte especialment les tendències creixents com són el gravel i l'e-bike. Per les seves característiques, l'Anoia pot ser atractiva per aquests segments de demanda.

Propostes de valor especialitzades per completar una oferta 365: indústria

Malgrat no siguin productes que estructurin turísticament la comarca d'Anoia, la seva especificitat localitzada en certes zones (principalment, Igualada), pot ajudar a completar una oferta turística que promogui un model de turisme 365 dies l'any.

Productes com la pell, amb el Museu de la Pell d'Igualada i la Ruta de la Pell, poden posar un exemple, configuren una oferta singular i diferenciadora. A més, si només es trobi a la capital de la comarca (en aquest cas), sí que pot ser una motivació de visita o complement a una estada. Un altre exemple és el món vinculat als globus aerostàtics.

Patrimoni cultural: equipaments, tradicions, esdeveniments

Tal i com s'ha vist en l'anàlisi inicial, l'oferta cultural de l'Anoia és extensa i àmplia, amb equipaments de qualitat vinculats a diferents èpoques i tradicions. Això permet un doble enfocament a l'hora de tractar el producte cultural: un punt de vista turístic. Que sigui un complement a l'estada del visitant o que es converteixi en el motiu principal. El potencial patrimonial i cultural de la comarca és prou important com per aconseguir posicionar-se com a destinació per "escapades culturals".

Un mix de productes que permetin un turisme 365 dies, diversificat i diferenciador

anoia
turisme



Les estades culturals són viatges de curta durada, generalment de cap de setmana, festius o ponts, per gaudir del patrimoni cultural, gastronomia, esdeveniments, fires, festes, compres o activitats d'oci que ofereix una petita ciutat o poble amb encant.

L'Anoia té els elements per poder satisfer les necessitats i expectatives d'aquest segment de demanda: recursos culturals de valor i interès, rutes temàtiques, pobles amb encant, gastronomia KMO, esdeveniments, etc. tot i que encara hi ha marge de millora a l'hora de paquetitzar un producte d'aquestes característiques. Ara mateix, es presenta com un producte complementari, amb potencial per poder ser tractor a mig i llarg termini.

Gastronomia, oli i vi

L'Anoia presenta una oferta gastronòmica arrelada al territori i basada en la qualitat dels productes de proximitat.

L'existència del Parc Agrari de la Conca d'Òdena (PACO) posa en valor els productes i productors locals. A aquesta oferta s'hi sumen la vintena de cellers, majoritàriament ubicats a la part sud de la comarca i vinculats a la DO Penedès; l'oferta vinculada a l'oli, de menor volum però de creixent interès per la demanda; a més d'esdeveniments especialitzats i experiències singulars vinculades a la cultura gastronòmica del territori.

Malgrat actualment no actui com a motiu principal de la visita a l'Anoia, sí que és un complement perfecte, amb potencial per guanyar pes a mig i llarg termini com a producte turístic comarcal amb entitat pròpia. Cal, però, una major estructuració de l'oferta, pensada per satisfer les necessitats dels visitants, i no només de la població local.

ACTADEL - E
Número 2026000
Data: 02/06/2026

Turisme de compres

Igualada passa amb l'oferta d'activitats més especialitzades, en compres també és un producte amb una baixa capacitat d'estructurar la comarca donada la seva especificitat en una única ubicació, en aquesta ciutat d'Igualada.

Turisme Igualada presenta el producte de forma estructurada, des de símbols emblemàtics i tradicionals, fins als outlets de grans marques de moda. La promoció i difusió del producte que, si bé és cert que es centra principalment a la capital, té un caràcter diferenciador. Per aquest motiu considera dins l'estratègia comarcal, però amb un pes molt reduït.

Circuits/ touring

L'Anoia disposa d'un potencial interessant per al desenvolupament de "circuitos" o "touring", entès com aquell turisme que combina el desplaçament per carretera amb la descoberta pausada del territori, els seus paisatges, la cultura local. Es tracta d'una modalitat turística en creixement, entre visitants que busquen experiències personalitzades, itineraris flexibles i temàtiques d'interior.

Els pobles amb encant, diversitat de paisatges i l'oferta cultural i patrimonial són recursos destacats que poden ser motiu de visita són els principals que expliquen el per què aquest producte pot ser interessant per la comarca.

Tot i que pugui ser un punt menys atractiu que el concepte "escapada", l'estada mitjana a la destinació és menor en un producte de touring (n

Un mix de productes que permetin un turisme 365 dies, diversificat i diferenciador

anoia
turisme



a ser de més d'1 nit), es considera que pot ser interessant considerar-lo, especialment per un públic internacional de proximitat.

Reunions i esdeveniments d'interior

Es tracta probablement del producte turístic amb major potencial de desestacionalització de la demanda turística donat que els pics de demanda són entre dilluns i dijous i entre octubre i maig, èpoques tradicionalment de menys demanda turística a una destinació com l'Anoia. Al seu potencial desestacionalitzador s'hi suma, com a atractiu, l'elevada despesa mitjana del turista MICE, 2,5 vegades superior (de mitjana) a la d'un turista vacacional.

Actualment, ja hi ha una mínima demanda MICE a la destinació. La ubicació geogràfica, prop de Barcelona, i l'actual oferta existent al territori fa que es pugui considerar un producte interessant a tenir en compte, i justifica l'aposta per una major estructuració i promoció del mateix.

Turisme de dia: excursionisme

Actualment, l'Anoia és també una destinació interessant pel turisme de dia (sense pernoctació). Per la seva ubicació, un volum important de visitants opten per fer la visita al territori però no quedar-se a dormir.

Evidentment, és un tipus de turisme a tenir en compte (donat que cal poder donar-los resposta, que ja es fa actualment), però no es considerarà com a prioritari en l'estratègia de producte donat el seu limitat impacte econòmic a la destinació.

El cel de l'Anoia: vol i globus

L'Anoia ofereix diferents propostes per conèixer la destinació des del cel amb globus aerostàtic, parapent o a motor la comarca té una oferta completa i a més ofereix la celebració d'esdeveniments com el European Ball que se celebra cada any a Igualada. Equipaments com l'Aeròdrom d'Òdena són destinacions que podrien constituir com a punts on desenvolupar una oferta d'activitats en aquest sentit.

Actualment es considera com un producte complementari (amb pròpia dins les propostes de turisme especialitzat) donada l'estructuració de l'oferta (no pel que fa als vols en globus, que ja és madura sinó més aviat l'oferta vinculada a l'aire a motor) i, en segon lloc, per la poca transversalitat de l'oferta a nivell comarcal.

4 nivells de prioritització per intensitat de treball requerit

Es proposa una estratègia de producte dividida en 4 nivells de prioritització:

PRIORITAT ESTRATÈGICA	MIX DE PRODUCTES
PRODUCTES A MANTENIR	<ul style="list-style-type: none"> Turisme rural de desconexió i paisatge
PRODUCTES D'ALT POTENCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Salut i benestar a la natura Reunions i esdeveniments d'interior Natura activa (Territori per caminar, L'Anoia a 2 rodes)
PRODUCTES COMPLEMENTARIS	<ul style="list-style-type: none"> Patrimoni cultural: equipaments, tradicions, esdeveniments Gastronomia, oli i vi Circuit/ touring El cel de l'Anoia: vol i globus.
NO PRIORITARIS	<ul style="list-style-type: none"> Turisme de dia: excursionisme Propostes de valor especialitzades per completar una oferta 365: industrial, pell, etc. Turisme de compres

S'estableixen 4 graus de prioritat per definir l'e producte turístic a implementar:

A MANTENIR. Treballar activament per aconseguir los com a recursos principals. Nivell d'inversió per posicionament de la destinació als mercats prioritaris.

A POTENCIAR. Productes que es consideren d'alt p aconseguir l'estratègia de diversificació-diferenc d'inversió per millorar el posicionament de l'Anoia e i mercats d'alt potencial.

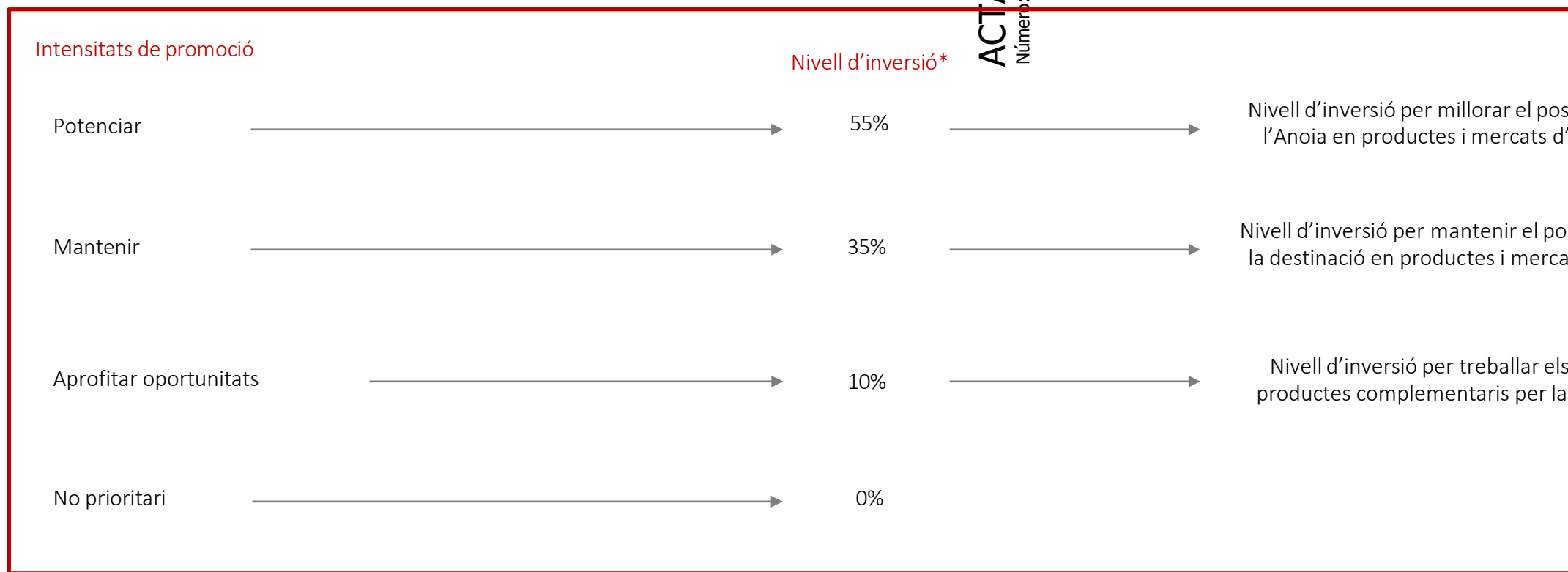
APROFITAR OPORTUNTATS. Són productes que es co prioritaris per al desenvolupament turístic de la des no invertir-hi intensament, s'aprofitaran aquelles de treball i promoció per millorar-ne la seva con atractiu.

NO PRIORITARIS. El nivell d'inversió per a la promoo productes serà pràcticament nul·la. Es podran oportunitats en cas de que sorgeixin.

Una distribució del pressupost anual en funció de les intensitats de promoció establertes a l'estratègia

Tal i com s'ha vist en el quadre anterior, l'estratègia de producte es basa en 4 nivells d'intensitat de promoció. En altres paraules, 4 nivells d'inversió.

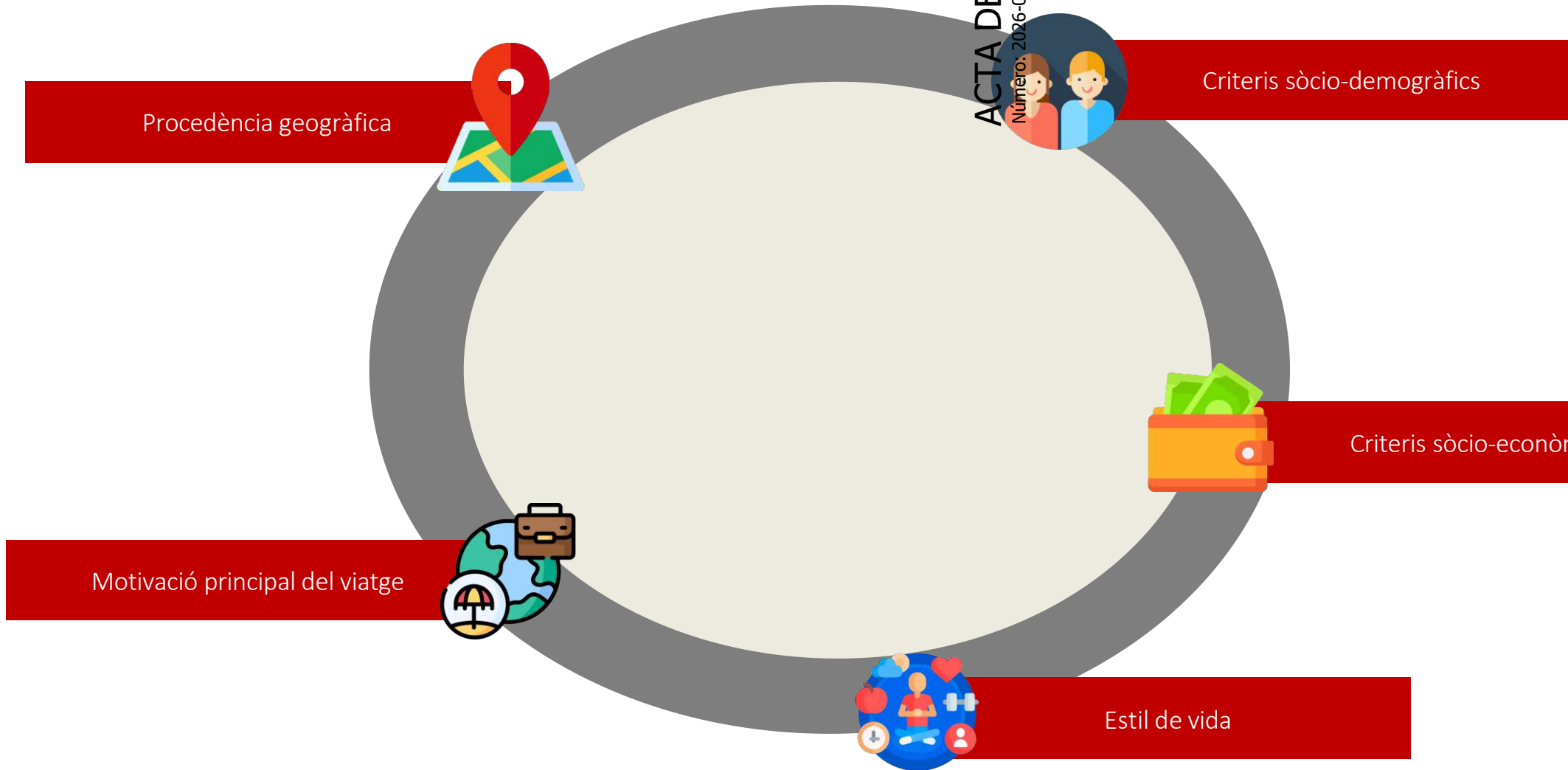
En aquest sentit, i a nivell orientatiu, s'estableix que els imports a dedicar a cada producte poden seguir els següents criteris:



(*) Distribució del pressupost anual destinat a promoció turística de l'Anoia.

Una estratègia de mercats i segments que té en compte diferents variables

A l'hora de dibuixar l'estratègia de mercats i segments es poden utilitzar diverses variables per fer-ho. Alguns dels principals criteris són:



Una estratègia de mercats centrada en treballar els de proximitat

Tenint en compte les dades actuals de demanda, en termes d'estratègia de mercats per procedència geogràfica, es proposen els següents 3 nivells de prioritització, donant a mercats de proximitat:

ACTA DEL PLE

Nº: 2026-0001, Data: 02/03/2026



Major pes dels segments vacacionals, però amb una mirada al mercat professional

D'acord amb els perfils actuals de visitants i tenint en compte l'estratègia de productes i mercats, s'estableixen els següents segments de demanda com a prioritaris per la

ACTA DEL PLE
Número: 2026-0001
Data: 02/07/2026

FAMÍLIES



Famílies amb fills que viatgen, majoritàriament, en època estival, festius/ponts i caps de setmana.

Busquen estar en contacte amb la natura, fent activitats més o menys actives (adaptades a les edats dels fills) i experiències culturals de coneixement del territori.

Són sensibles al preu.

DINKS (double income no kids)



Els DINKS són parelles formades habitualment per adults joves o de mitjana edat, ambdós amb ingressos estables i sense fills. Aquesta situació econòmica i personal els proporciona un nivell de capacitat adquisitiva superior a la mitjana, així com una gran flexibilitat de temps i mobilitat. Valoren invertir en viatges, gastronomia, cultura, tecnologia i benestar personal. Tendeixen a tenir una consciència ambiental i social més marcada, i premien opcions responsables i innovadores.

EMPTY NESTERS (parelles i grups amics)



Parelles a partir de 45 anys (fins a 65 anys) amb fills que ja no viuen a casa i que s'han independitzat econòmicament. Disposen d'un poder adquisitiu mitjà – alt.

Busquen experiències de benestar, més o menys actives, però que els permetin una immersió a la destinació. Interessats en cultura i gastronomia i en un acostament "light" a la natura.

MICE



Empreses petites i mitjanes que busquen espai fora de la pròpia ciutat per reunir-se, fer jornades, etc.

La sensibilitat al preu és menor que la vacacional, i la seva activitat es desenvolupa entre setmana.

VACACIONAL

PROFESS

Els LOHAs, un estil de vida amb potencial per una destinació d'interior com l'Anoia

anoia
turisme



Més enllà dels 3 segments vacacionals establerts com a prioritaris, i que seran especialment tinguts en compte en l'estratègia, se sumarà com a element a tenir en compte l'estil de vida d'aquests perfils prèviament definits. En aquest cas, es tindran molt en compte els LOHAS.

LOHAS. Ecologia, consciència i luxe.

Acrònim de "Lifestyle of Health and Sustainability", són un segment de demanda que valora un estil de vida més saludable, més sostenibles i més responsable. El perfil de persones que formen part d'aquest "col·lectiu" són gent ben educada, crítics, amb un poder adquisitiu alt o mig-alt, ben informats, usuaris de les noves tecnologies i de les xarxes socials, responen a un estil de vida que no es basa en els diners i el consum sinó, més aviat, en el benestar, la salut i la sostenibilitat. Viuen i consumeixen de forma informada, conscient i ètica, especialment pel què fa referència a la seva pròpia salut, la societat i el medi ambient. Estan disposats a pagar lleugerament més per tal d'accedir a productes i serveis respectuosos amb l'entorn.

És un grup molt ampli i tot indica que en creixement. Actualment, s'estima que aproximadament entre un 13% i un 19% sobre la població adulta dels països més desenvolupats pertany a aquest segment.

Aquest perfil de segment es troba, també, en l'àmbit turístic.

L'aparició d'aquests estil de vida ha tingut i tindrà certs impactes en el

- Després de l'interès en destinacions excessivament massives i respectuoses amb l'entorn natural.
- Els "LOHAS" busquen un tipus de turisme ecològicament sostenible que compleixi amb els seus estàndards d'ètica i justícia social.
- Cada vegada hi haurà una major demanda de destinacions turístiques que hi hagi una connexió directe entre població, paisatge, etnografia.
- Increment de demanda de destinacions integrades en l'entorn natural, això suposi un impacte negatiu en l'ecosistema.
- Creixent interès pels elements locals: tradicions, cultura, entorns autòctons.

Així doncs, els 3 segments vacacionals definits (famílies, "DINKS" i "enoturistes") sumat a aquest perfil LOHA estableixen el caràcter a treballar com a "destinació de proximitat i persona" de l'Anoia.

Una comunicació que ha de guanyar pes en entorns digitals

En termes generals, el pes de la comunicació i promoció turística s'haurà de traslladar, cada vegada més, en l'entorn digital.

Diferents motius expliquen i justifiquen aquest fet: els consumidors turístics en origen, cada vegada més, informen a través de canals online; el màrqueting digital és una promoció molt més segmentada (marketing one-to-one); i tot a un cost molt més assequible que els canals promocionals tradicionals offline. En resum, cal treballar una comunicació i promoció que compleixi els següents elements:

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



+ pes en entorns digitals



+ canals especialitzats



+ i millor presència a les xarxes socials



+ accions a través de canals indirectes per productes i segments no consolidats (prescriptors, etc.)



+ acció directe en mercats i segments consolidats

6.

Eixos de treball i pla d' accions

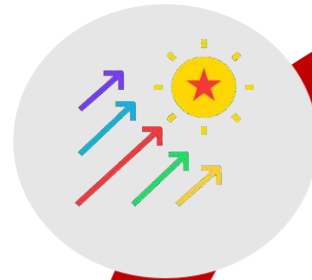
ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

6 eixos de treball

Es proposen els següents eixos de treball per aconseguir evolucionar el model turístic actual de l'Anoia i convertir la destinació en un referent de territori d'interior competitiu i amb un desenvolupament turístic sostenible i responsable.

EIX 1.
COMPETITIVITAT
DE L'OFERTA



EIX 2.
SOSTENIBILITAT I
ACCESSIBILITAT



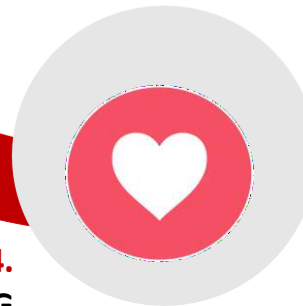
EIX 3.
INNOVACIÓ I TECNOLOGIA



EIX 5.
GOVERNANÇA



EIX 4.
PROMOCIÓ I MÀRQUETING



ACTA DEL PLE
Número: 2026-0001
Data: 02/03/2026

6 eixos de treball



EIX 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

L'Anoia té molts recursos d'interès turístic però pocs es poden considerar producte turístic ja que els manca la gestió, promoció i comercialització necessària per esdevenir productes. A nivell de serveis turístics també hi ha àmbits a millorar que cal treballar conjuntament amb el sector de la comarca. Treballar la competitivitat turística és clau per transformar els recursos existents en productes i perquè hi hagi un portafoli de productes i experiències atractives, que millorin l'economia local i el reconeixement de la comarca.



EIX 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

L'Anoia ha de situar el desenvolupament sostenible i l'accessibilitat com a eixos estratègics del seu model turístic. La sostenibilitat garanteix la preservació dels recursos naturals, patrimonials i culturals, assegurant-ne l'aprofitament responsable i a llarg termini. Alhora, l'accessibilitat permet que l'oferta turística sigui inclusiva i oberta a tothom, reforçant la cohesió social i ampliant el mercat potencial. Aquest doble compromís incrementa la competitivitat de la comarca i la posiciona com a destinació responsable i de qualitat.



ACTA DEL PLE

Número: 2026-0004 Data: 02/03/2026

EIX 3. INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

La innovació i la tecnologia són factors clau per a la competitivitat turística de l'Anoia. La digitalització i les intel·ligents permeten millorar la gestió, la promoció i l'atenció dels visitants, alhora que faciliten la creació de nous productes adaptats a les tendències actuals. Aquest compromís posiciona la comarca com una destinació moderna, eficient i preparada per a reptes de futur.



EIX 4. PROMOCIÓ I MÀRQUETING

L'Anoia és una comarca rica en recursos i amb serveis de qualitat però té encara baixa notorietat i poc posicionament en els segments de demanda prioritaris. Per millorar en aquests àmbits i aconseguir l'increment dels fluxos turístics especialitzats, cal millorar la comunicació, promoció i comercialització de la destinació i dels productes turístics entre els segments de demanda prioritaris en cada cas.

El màrqueting digital és, i serà cada vegada més, imprescindible com a canal d'informació, comunicació, promoció i comercialització de la destinació d'interior i caldrà tenir prioritzar-lo davant dels canals tradicionals.



EIX 5. GOVERNANÇA I COORDINACIÓ

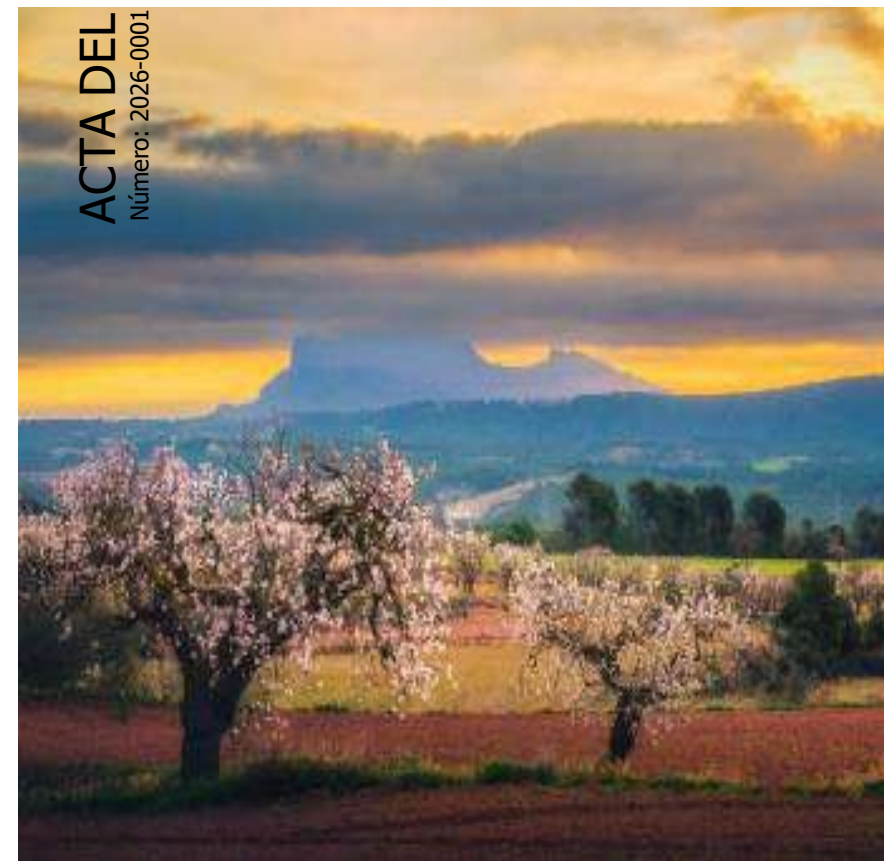
Una planificació, organització i gestió de la destinació professional i coordinada, es consideren condicions «sine qua non» per la sostenibilitat i competitivitat d'una destinació turística i són ingredients fonamentals per poder competir amb èxit en un entorn competitiu cada vegada més complex.

Cal estructurar i organitzar millor les relacions entre els agents turístics públics-privats i privats-privats, creant una autèntica xarxa de col·laboració. Aquesta xarxa ha d'incorporar els principals agents interessats, directa o indirectament, en la millora de la sostenibilitat i competitivitat de la destinació.

En total, el present document proposa la realització de 30 actuacions dividides en aquests 5 eixos de treball, cadascun d'una temàtica diferent, però tots pensats per aconseguir els objectius esmentats i fer de l'Anoia una destinació referent a nivell turístic gràcies a un desenvolupament turístic sostenible i responsable.

ACTA DEL PLE
Número: 2026-0001

Data: 02/03/2026



Eixos de treball. E1 COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

Les actuacions incloses dins l'eix de treball 1: COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

Nº	ACTUACIÓ
1.1.	Implementar el Pla de mobilitat lenta comarcal.
1.2.	Estructurar l'oferta de serveis per a MICE i celebracions.
1.3.	Estructurar l'oferta de serveis per a turisme de benestar.
1.4.	Estructurar l'oferta vinculada als castells (<i>Anoia, Terra de Castells</i>).
1.5.	Treballar la proposta de valor vinculada al turisme industrial.
1.6.	Fer créixer i consolidar <i>Artisania Anoia</i> .
1.7.	Consolidar la vessant turística del <i>PACO</i> .
1.8.	Estructurar rutes gastronòmiques.
1.9.	Valoritzar els pobles i nuclis amb encant.
1.10.	Consolidar el projecte d'Anoia e-bike.
1.11.	Estructurar l'oferta per a furgonetes camperitzades i autocaravanes a nivell comarcal.



Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.1. Implementar el Pla de mobilitat lenta comarcal.



Necessitat de la destinació	La xarxa de camins que està prevista a l'Anoia i la seva senyalització és un projecte ambiciós de mobilitat lenta de la comarca, que permetrà estructurar propostes turístiques, a més de millorar la mobilitat per la pròpia població. Cal, però, implementar les millores als camins, així com unificar els models de senyalització per, posteriorment, donar-ho a conèixer.
Objectius específics de l'actuació	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar l'oferta d'activitats a la comarca. • Millorar el posicionament de l'Anoia com a territori per descobrir a peu i en bicicleta de forma tranquil·la. • Millorar la imatge de l'Anoia com a destinació turística de qualitat.

Descripció de l'actuació	L'acció consisteix a millorar i senyalitzar els camins previstos en el pla de senderisme de l'Anoia i, tant com sigui possible, arranjar també els previstos en el Pla director de mobilitat ciclable turística i quotidiana de l'Anoia. Els camins del Pla de Senderisme són bastant bon estat i, en alguns casos, cal només millorar-ne la senyalització. Aquests són els que estan pensats per caminar com els que poden ser més aptes per a fer-los amb BTT, e-bike) conformen una xarxa de mobilitat lenta a nivell comarcal que pot servir a la població local com als visitants. La xarxa, a més, pot ser la base per crear propostes de producte turístic que es puguin paquetitzar. Cal finalitzar la Via Blava i crear els camins factibles perquè s'hi puguin unir els municipis que no hi tenen connexió. En altres punts la Via Blava hauria de ser l'autopista i els altres camins les carreteres que hi deriven. Caldrà unificar, sempre que sigui possible, la senyalització perquè tingui coherència i evitar confusió (això implica eliminar els senyals obsolets o en mal estat, repensar els senyals que conviuen diverses senyalitzacions per deixar només la que convingui i afegir senyals a aquelles cruïlles de la xarxa que ho requereixin).					
Responsable de l'execució	Consell Comarcal de l'Anoia i ajuntaments.					
Actors implicats	Diputació de Barcelona.					
Indicadors de planificació	Prioritat		Dificultat d'execució			
	Alta		Alta			
Cronograma d'execució	2026	2027	2028	2029	2030	
	X	X	X	X	X	
Resultats previstos	<ul style="list-style-type: none"> • Disposar d'una xarxa de camins, segregada del trànsit, segura i ben senyalitzada i apta per ser recorreguts a peu, en bicicleta o a cavall. • Crear propostes temàtiques o adaptades a diferents segments de demanda damunt la xarxa. 					
Indicadors d'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de paquets de senderisme i cicloturisme que es comercialitzen. • Evolució de l'increment de l'ús de persones en els camins del Pla. 					

AGT/DEL/PLE
 Membre 2026/001
 Data 02/03/2026

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.2. Estructurar l'oferta de serveis per a MICE i celebracions.



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Actualment, ja hi ha a l'Anoia diversos establiments, tant allotjaments com serveis de càtering com espais emblemàtics, que reben trobades empresarials i, també, acullen celebracions com ara casaments. Molts d'ells s'estan especialitzant en aquests dos segments. Es considera que la comarca pot diferenciar-se entre aquests segments de demanda.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tenir un catàleg de tots els serveis existents especialitzats en els segments de MICE i celebracions. • Incrementar el nombre de reunions empresarials, petits congressos, viatges d'incentius així com de celebracions a la destinació.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Per estructurar una oferta adreçada al sector MICE (Meetings, Incentives, Exhibitions) i a les celebracions (casaments, esdeveniments privats i corporatius) convé treballar amb una proposta integral i ben segmentada seguint els següents passos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar i recollir la informació (amb uns criteris clars) dels serveis adreçats a celebracions i plasmar-ho en un document comercial (pot ser digital, calen fotos properes) que podria plantejar una taula de treball específica que aglutinés els interessats en aquells segments (hotels, masies i castells, empreses d'activitats, serveis de restauració i càterings...). 2. Crear propostes segmentades per a MICE (Jornades d'empresa en entorns singulars; Convencions o congressos petits/mitjans amb allotjament propi; restauració local; Incentius: experiències exclusives (visita a cellers, vol en globus, activitats de natura). 3. Crear propostes segmentades per a celebracions: Casaments en masies/castells + allotjament rural + càtering local; Celebracions íntimes (petits grups) amb experiències gastronòmiques i activitats; Celebracions corporatives amb espectacles artístics en espais singulars. 4. Participar d'accions de promoció adreçades a aquests segments i propostes (espais específics, col·laboració amb agències especialitzades, assistència a accions de promoció especialitzades, campanyes digitals segmentades). Diverses d'aquestes accions es poden realitzar a través del Barcelona Convention Bureau o el Catalunya Convention Bureau. 					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p> <p>Alta</p>		<p>Dificultat d'execució</p> <p>Baix</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p> <p>X</p>	<p>2027</p> <p>X</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar els grups d'empresa que venen a la comarca a realitzar-hi trobades i sortides... • Incrementar el nombre de celebracions (sobretot casaments) que tenen lloc a la comarca. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evolució del nombre d'esdeveniments realitzats a la comarca. • Evolució del nombre de trobades empresarials realitzades a la comarca. 					

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.3. Estructurar l'oferta de serveis per a turisme de benestar



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>La comarca de l'Anoia, pel seu paisatge i tipologia d'allotjaments, té un alt potencial per esdevenir un territori especialitzat en turisme de benestar, especialment pel públic de Barcelona i àrea metropolitana, ja sigui com a complement per a un visitant vacacional o com a motivació principal entre setmana i per a grups i/o empreses.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar l'Anoia com a destinació saludable i regeneradora: impulsar experiències vinculades a la natura, la gastronomia local de proximitat i les activitats de benestar (com ioga, meditació, senderisme conscient), per atraure un perfil de visitant que busca calma i qualitat de vida. • Fomentar l'emprenedoria en serveis de benestar (allotjaments rurals amb spa, centres de salut natural, rutes de salut).

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Per a esdevenir diferent en aquest producte cal, no només disposar d'allotjament i espais de wellness i tractaments (spas, jacuzzis, piscines naturals), sinó també professionals que ofereixin retirs i activitats. Tot això es pot combinar bé amb caminades, rutes de bicicleta i senderisme suau, boscos terapèutics o banys de bosc...i també de gastronomia i nutrició saludable (restaurants eco, vegetarians..., productes locals i tallers de cuina saludable...).. Actualment, ja hi ha diversos allotjaments (Can Ca Pujalt, Can Borràs a Masquefa, Cal Codina a Veciana, Masia Can Farrés al Bruc, Llacuna...entre d'altres) que tenen un espai d'spa pensat pels seus hostes, però en pocs serveis més. Hi ha poca oferta estructurada de retirs i activitats de benestar (ara com ara Casa Pardal a Sant Pere Sallavinera). A banda dels allotjaments també hi ha oferta complementària com ara el Circuit sensorial que hi ha a la finca Serra Burgada, hípic ubicat a la Torre de Claramunt. Cal estructurar aquesta oferta per saber quin és l'actualment a la comarca i veure com es poden paquetitzar i promoure per arribar a objectius adequats i potenciar el posicionament de la comarca en aquest àmbit.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Baix</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>				
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificació de l'oferta turística de la comarca que complementa el turisme rural i gastronòmic existent. • Increment de l'atractiu i competitivitat de l'Anoia. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'empreses i serveis de benestar integrats dins l'oferta estructurada. • Increment del nombre de pernoctacions i estada mitjana dels visitants motivats pels serveis de benestar. 					

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.4. Estructurar l'oferta vinculada als castells (Anoia, Terra de Castells)



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Els castells de l'Anoia són un element singular d'aquesta comarca i elements molt arrelats i estimats per la població. Malgrat això, molts d'ells no estan preparats per acollir visitants. Els que estan en millor estat sovint no tenen prou horaris de visita perquè siguin viables. Tot això fa que sigui un recurs turístic amb potencial però que cal estructurar millor per poder-lo promocionar i comercialitzar posteriorment.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar una oferta turística coherent i atractiva al voltant dels castells de l'Anoia, posant en valor el seu patrimoni històric i cultural. • Augmentar la visibilitat i competitivitat del territori com a destinació de turisme cultural.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Una de les problemàtiques vinculades a poder ampliar el nombre de visitants i consolidar aquesta oferta cultural a la comarca és la rehabilitació d'alguns dels castells que manca d'horaris i promoció. Per millorar-ne l'estat o la rehabilitació cal treballar amb l'ajuntament i propietaris per buscar els recursos necessaris. A nivell de la seva interacció cal buscar una manera eficient de gestionar-ho ja que actualment no hi ha prou recursos perquè sigui rendible la gestió privada. Una possible solució és crear un directori que tinguin una formació que s'hagi prèviament acreditat a nivell comarcal, per poder proporcionar quan calgui. Es podrien formar en diversos recursos culturals de la comarca (com museus...) de manera que quan hi hagi una petició d'un grup es pugui disposar de les capacitades per realitzar una visita puntual. A llarg termini, aquesta bossa de gestió consolidar si hi ha prou visitants interessats en l'oferta. També caldria que alguns guies tinguessin formació en idiomes per poder realitzar les visites en anglès o francès. També ampliar la interpretació i atractiu dels castells a través d'eines virtuals immersives per atraure nous visitants i s'adaptin a les tendències actuals.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme, ajuntaments, propietaris dels castells privats, guies i empreses de guiats culturals.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Alta</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>	<p>X</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta més diversificada. Creació de productes i itineraris temàtics (visites guiades puntuals teatralitzades, experiències immersives) que integren diversos castells en una oferta conjunta. • Major flux i diversificació de visitants, tant de proximitat com internacionals, interrelacionats amb el patrimoni medieval i cultural. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de productes turístics estructurats i comercialitzats sota la marca "Anoia, Terra de Castells" • Increment del nombre de visitants als castells i de les activitats vinculades. 					

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.5. Treballar la proposta de valor vinculada al turisme industrial



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>El turisme industrial havia estat i continua sent un sector important a la comarca, especialment a la conca d'Òdena. Aquest llegat i la seva vinculació amb el territori i amb algunes empreses que encara són presents a la zona poden ajudar a diversificar el portafoli de productes turístics de la comarca i atraure segments de públic amb interessos diversos (educatiu, científic, corporatiu, turístic...).</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posar en valor el patrimoni industrial de l'Anoia a través de rutes i experiències participatives. • Crear una oferta turística vinculada al territori i que lliga el passat i el present. • Millorar la imatge i posicionament de la comarca com a destinació de turisme industrial, amb oferta de qualitat.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Es proposa treballar la proposta de valor vinculada al turisme industrial: Descobrir el territori d'innovació i memòria, on el passat industrial i la creativitat actual es combinen a través d'experiències educatives i turístiques úniques. Per fer-ho cal oferir als visitants experiències de producció a visitar i també històries humanes vinculades a la indústria passada i actual. Experiències immersives que permeti viure no només observar (tallers per aprendre a fer paper, treballar la pell...). El Museu Molí Paperer de Capellades i el Museu de la pell d'Igualada són els principals recursos vinculats al turisme industrial que reben més visites a la comarca. Els dos vinculeren el passat present i es poden relligar amb indústria actual i oferir experiències i opcions de visita a Malgrat que ja es fan coses, es pot augmentar l'interès d'aquests i d'altres recursos existents. Es plantegen en forma de ruta i si s'hi combinen aspectes de tallers a realitzar o de visites amb d'altres propostes (ex. Visita al museu de la pell, activitat per aprendre a fer un paper, taller, dinar i caminada pel riu Anoia). Igualment, cal veure quina empreses existents poden tenir interès en vincular-hi visites turístiques i establir-hi aliances que puguin generar rutes proposades que tenen sentit a la comarca (ruta de la pell, ruta del tèxtil, ruta de la ceràmica...).</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic, ajuntaments, museus i recursos industrials visitables i indústries en funció.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Baixa</p>		<p>Baix</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
			<p>X</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta turística més diversificada. Creació i promoció de productes turístics industrials estructurats. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de productes o experiències de turisme industrial creats i comercialitzats • Evolució del nº de visitants als recursos industrials visitables i participació a les actuacions 					

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.6. Fer créixer i consolidar *Artisanía Anoia*



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Artisanía es considera un projecte amb potencial turístic. Cada vegada més, els visitants volen participar i viure experiències i l'artesanía pot obrir la porta a la creació de tallers i propostes d'aquest estil. A més, l'artesanía connecta identitat, creativitat i economia local i pot ajudar, també, a posicionar la comarca en segments de demanda que actualment no coneixen el territori.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar l'artesanía com a motor cultural i turístic de l'Anoia. • Crear noves oportunitats econòmiques per als artesans i empreses locals. • Vincular aquesta activitat amb el turisme, creant propostes adreçades a diferents segments de demanda.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Algunes propostes que poden fer créixer i consolidar el projecte <i>Artisanía Anoia</i> (caldría posar sempre el nom Anoia darrera Artisanía per ubicar i potenciar el territori):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliar els municipis implicats en el projecte. Vincular els artesans amb els nuclis turístics per sumar esforços de posicionament (ni que sigui en accions puntuals). • Fer un mapeig d'artesans de tota la comarca per identificar talent i diversitat i organitzar accions conjuntes entre artesans d'una mateixa temàtica. • Creació de productes col·lectius (packs o línies de productes amb segell Artisanía) i productes pensats pels establiments turístics de la comarca (allotjaments, restaurants, etc.). Es podria fer alguna acció tipus workshop perquè es coneguessin els dos móns i vincular l'artesà per crear vincles i potenciar la compra i visibilitat dels artesans de la comarca (Vaixelles de restaurants amb ceràmica local, etc.). • La pell, per la importància passada i actual a Igualada, podria ser una de les línies de treball en forma comarcal dins de l'artesanía no alimentària, creant una ruta que permetés trobar artesans i trobant un espai expositiu on comprar al Museu de la Pell (ampliant l'espai que actualment es mostren al vestíbul). 					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme, clúster de la pell, artesans, ajuntaments.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal, Diputació de Barcelona, Generalitat de Catalunya.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Mitjana</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Increment del nombre d'artesans participants dins el projecte. • Creació d'experiències i productes turístics-artesans paquetitzats i comercialitzats sota marca pròpia i amb el relat comarcal. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº d'artesans adherits i productes disponibles sota la marca Artisanía Anoia. • Increment de vendes i visitants a activitats, tallers i fires vinculades al projecte. 					

Eixos de treball. E1 COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

ACIADA DEL PPDE
 Número de projecte: 2026-0001
 Data: 02/03/2026

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.7. Consolidar la vessant turística del PACO



Necessitat de la destinació	El Parc Agrari de la Conca d'Òdena (PACO) és una iniciativa de gestió i ordenació del territori que té com a objectiu protegir, dinamitzar i posar en valor l'espai agrari de la Conca d'Òdena, al cor de la comarca de l'Anoia. Neix per preservar el sector agrari d'aquesta zona de la comarca, que és la més desenvolupada a nivell industrial.
Objectius específics de l'actuació	<ul style="list-style-type: none"> • Millorar la imatge i el posicionament de l'Anoia com una comarca rural i sostenible. • Potenciar la visibilitat i valorització dels productes locals i pràctiques sostenibles.

Descripció de l'actuació	Tot i que el PACO està a la Conca d'Òdena, actualment ja en formen part productes de tota la comarca. El PACO porta a terme un nombre important de projectes per posicionar millor els productors del territori a nivell de restauració local, de client i està creant espais de treball (obrador compartit de làctics i verdures), comerç (botiga) etc. Malgrat no es tracta d'un projecte turístic, el fet de posar en valor i donar eines a viables empreses de producció agroalimentària relliga de forma clara amb l'objectiu de posicionament de la comarca a nivell turístic (entorn i serveis de qualitat, benes empresarials, activitats al medi natural de baixa intensitat...). Per incrementar la visibilitat es poden: <ul style="list-style-type: none"> - Crear rutes temàtiques (aprofitant els camins i rutes existents) * veure fitxa que s'adjunta - Potenciar els espais visitables i, especialment, el que ofereixen tallers, tastos, experiències - Donar visibilitat als productes singulars de la comarca. - Vincular-ho (i paquetitzar-ho quan sigui possible) amb d'altres serveis turístics de la zona. Tot aquesta oferta s'hauria d'aglutinar i presentar en format catàleg (online) que serveixi de promoció a client final, però també a agències i operadors interessats en la gestió del producte local. Igualment, hauria de ser present a nivell de promoció digital amb un perfil pròpia.					
Responsable de l'execució	Anoia Turisme.					
Actors implicats	Productors agroalimentaris, gestors del PACO, Programa de Xarxa de Productes de la DIBA.					
Indicadors de planificació	Prioritat		Dificultat d'execució			
	Alta		Mitjana			
Cronograma d'execució	2026	2027	2028	2029	2030	
	X	X	X			
Resultats previstos	<ul style="list-style-type: none"> • Disposar d'activitats turístiques que incloguin els productors (visites guiades, tastos) • Increment de les vendes de productes locals. 					
Indicadors d'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> • Tenir un catàleg que mostri l'oferta vinculada a la gastronomia i producció agroalimentària (productes, a on comprar-los, a on menjar-los, experiències, paquets de dia o de nit) 					

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.8. Estructurar rutes gastronòmiques



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Malgrat l'Anoia té força cellers que produeixen vi i, també, alguns molins d'oli, no es reconeix com una comarca vitivinícola ni de producció d'oli donat que hi ha comarques veïnes amb una major producció i millor imatge. Això no vol dir que no calgui i que no sigui interessant posar en valor les empreses productores de la comarca i crear una proposta de ruta temàtica vinculada a aquests dos productes.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valorar i donar visibilitat als cellers i molins d'oli i als productors locals (especialment de productes singulars). • Atraure visitants interessats en gastronomia i enoturisme, generant ingressos per cellers, restaurants, allotjaments i botigues locals.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Aquesta acció proposa crear rutes temàtiques sobre productes agroalimentaris, com la ruta del vi de l'Anoia i la Ruta de l'oli de l'Anoia. En poden seguir d'altres vinculades a productes singulars com ara els cigroneus.</p> <p>En aquestes rutes s'ha de posar en valor els productors, els seus productes, les explotacions i on ofereixen i vincular-los a espais de tast o de restauració on tastar-los.</p> <p>Cal vincular les rutes i els productes amb el comerç local i la restauració de la comarca (si mateix no està organitzada ni coordinada i sembla que no participa massa de les rutes turístiques).</p> <p>Si es poden plantejar rutes temàtiques de productes singulars com ara el cigroneu, cal fer-ho d'una manera de posar-lo en valor i recuperar la feina feta fa uns anys en la seva gestió i veure, però, si hi ha suficient producció i espais visitables perquè tingui sentit una ruta.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic, productors agroalimentaris, Programa de Xarxa de Productes de la Terra</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Baixa</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
			<p>X</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Increment del nombre de visitants participants en les rutes del vi i de l'oli. • Major difusió i consum dels productes locals (vi, oli i altres derivats) vinculats a les rutes. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposar d'una ruta de l'oli de l'Anoia. • Disposar d'una ruta del vi de l'Anoia. • Increment dels fluxos de demanda motivats per la gastronomia a la comarca. 					

ACTA DEL PLE
Municipi: 20260001
Data: 02/03/2026

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.9. Valoritzar els pobles i nuclis amb encant



Necessitat de la destinació	Posar en valor els pobles i nuclis amb encant permet combinar la seva preservació amb el desenvolupament turístic. Aquests pobles/nuclis reforcen la identitat de l'Anoia com a destinació de pobles bonics i tranquils, no massificats, en entorns de qualitat i ben preservats.
Objectius específics de l'actuació	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar els pobles/nuclis amb encant de l'Anoia com a destinacions turístiques singulars, destacant el seu patrimoni, paisatge i serveis. • Dinamitzar l'economia local i el teixit comercial i cultural dels pobles a través del turisme.

Descripció de l'actuació	<p>Actualment, el Pla d'Àrea de pobles amb encant de l'ACT inclou 14 viles i pobles amb encant de tot Catalunya. A l'Anoia, malgrat hi ha alguns pobles que fa temps van intentar aconseguir els requisits (per exemple, Copons no complia perquè en el seu moment no tenia serveis de comerç). Per altra banda, des d'Anoia Turisme, s'ha creat el mateix Pla amb Encant que presenta alguns dels pobles i nuclis de població que tenen interès a aconseguir el segell de l'ACT en el cas de Copons especialment.</p> <p>Aquests pobles i nuclis amb encant són recursos turístics que es poden unir en forma de ruta per descobrir-ne els racons més bonics. Es pot plantejar aquesta ruta a nivell de "poble" per aconseguir les postals de l'Anoia o en forma de joc. Donat que ja s'ha creat un mapa de qualitat, es pot plantejar un joc familiar on s'amagui un element dins cada dibuix per descobrir "in situ" i que motivi que els visitants que arriben a la comarca els visitin tants pobles com sigui possible.</p> <p>A banda, es pot plantejar de nou, si els municipis hi mostren interès, de fer carregar el segell de l'ACT en el cas de Copons especialment.</p>					
Responsable de l'execució	Anoia Turisme, ajuntaments pobles/nuclis amb encant.					
Actors implicats	Sector turístic comarcal.					
Indicadors de planificació	Prioritat		Dificultat d'execució			
	Mitjana		Mitjana			
Cronograma d'execució	2026	2027	2028	2029	2030	
			X			
Resultats previstos	<ul style="list-style-type: none"> • Increment de l'oferta turística estructurada en aquests pobles (rutes temàtiques, guies, guiades, activitats culturals). • Augment del nombre de visitants i estada mitjana als pobles amb encant, amb impacte en restauració, allotjament i comerç local. 					
Indicadors d'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de productes turístics o experiències creades en els pobles amb encant. • Evolució del nº de visitants a aquest nucli o que facin la ruta que es proposa, un cop creada. 					

Eixos de treball. E1 COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.10. Consolidar el projecte d'Anoia e-bike



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>El 2022 es va presentar un Pla de Sostenibilitat Turística "Anoia, territori E-bike" per aconseguir finançament amb fons Next Generation. Aquest projecte era estratègic per promoure un nou model de desenvolupament turístic per convertir la comarca de l'Anoia en una destinació referent a Catalunya pel que fa al Cicloturisme, especialment apostant per la bicicleta elèctrica. El PSTD no va ser concedit i malgrat l'interès del projecte, ha quedat aturat per manca de finançament. Cal tornar a posar sobre la taula aquest projecte i buscar noves vies per implementar-lo.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Millorar la mobilitat verda a la comarca (per residents i visitants), creant una xarxa de camins que permetin recórrer la comarca en bicicleta. • Diferenciar la comarca i atraure a visitants amants de la bicicleta. • Posicionar la comarca com a destinació cicloturista.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Aquesta acció pretén reestructurar una oferta turística vinculada al cicloturisme de manera que pugui descobrir la comarca de manera tranquil·la i pausada. La xarxa de senders de treball que ja s'ha portat a terme per saber quins són els camins principals a través de la base per generar aquesta xarxa d'oferta especialitzada al voltant de la bicicleta. Aquest document que existeix planteja millores en alguns camins, senyalització, instal·lacions de carregadors i d'aparcaments segurs, especialment tenint en compte la intermodalitat amb el transport públic i aquests espais pensats per la bicicletes). A banda de la part més relacionada amb la millora de l'oferta, també hi ha una part d'acompanyament al sector turístic prepari per aquests segments que tenen interès en la bicicleta ja que sovint requereixen serveis complementaris que cal que l'oferta tingui en compte. Aquesta part cal fer a través de jornades de formació i capaciació i, si cal, benchmark per conèixer d'altres comarcas especialitzades en aquesta temàtica. El projecte que es va sol·licitar era molt ambiciós i tenir el finançament s'ha de veure com es poden anar implementant les actuacions i les línies d'ajut i prioritant les més necessàries.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme, ajuntaments.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal, Diputació de Barcelona.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposar d'una xarxa segregada del trànsit i segura, mantinguda i ben senyalitzada que permeti recórrer la comarca en bicicleta elèctrica. • Disposar dels serveis complementaris (carregadors, aparcaments segurs) per millorar la mobilitat verda a nivell comarcal (pels visitants i residents). 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de camins arranjats, adequats i senyalitzats segregats i aptes per a bicicletes. • Evolució de la demanda que visita la comarca amb la motivació principal de la bicicleta. 					

Eixos de treball. E1 COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

1.11. Estructurar l'oferta per a furgonetes camperitzades i autocaravanes a nivell comarcal



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Actualment, hi ha a la comarca una àrea d'autocaravanes en funcionament a Capellades, que dona servei de buidat, d'aigua potable i d'electricitat. A Calaf i a Vallbona d'Anoia hi ha àrea per autocaravanes amb servei de buidat, però no subministra aigua potable i hi ha diversos municipis que disposen d'espai d'aparcament per autocaravanes però sense serveis. Existeixen, però, diversos projectes en curs per crear espais per autocaravanes amb serveis (a Piera es treballa per una àrea amb serveis i capacitat per unes 15 autocaravanes, a Masquefa, Vilanova del Camí i Igualada també tenen projectes).</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agrupar la promoció de l'oferta vinculada a les furgonetes i autocaravanes. • Consensuar el funcionament i les normes d'ús entre els diferents municipis de la comarca que tenen àrea d'autocaravanes.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Tota aquesta oferta d'àrees d'autocaravanes actual i potencial de la comarca cal paraigües comú, de manera que es pugui proposar l'oferta agrupada sota una marca que doni força al conjunt i permeti atraure visitants que puguin moure's per la comarca aquests serveis. Un exemple que pot servir d'inspiració és "Osona territori camper" agrupar l'oferta sota un mateix paraigües promocional i dona seguretat als usuaris un funcionament similar en els diferents espais de la mateixa comarca. Si la promoció del conjunt de l'oferta és comú i sota una mateixa marca, el resultat és més atractiu i té més força. A més, si la gestió i normes d'ús estan consensuades entre els diferents municipis de la comarca, es dona una comprensió i dona una imatge de més qualitat de cara al visitant (un consens en la gestió que sigui més fiable de cara al visitant (funcionament, reserva d'espais, normes d'ús, etc.). El projecte de xarxa d'espais per autocaravanes i el projecte d'Anoia e-bike han de formar part d'un únic braç, ja que hi ha un perfil de visitant potencial que busca les dues coses i per tant la comarca una oferta singular, de qualitat i atractiva.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme, ajuntaments.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Diputació de Barcelona.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<p>X</p>	<p>X</p>				
	<ul style="list-style-type: none"> • Disposar d'una xarxa d'àrees d'autocaravanes que permeti un servei pels visitants en aquesta tipologia de vacances. • Atracció de nous segments a la comarca. • Tenir una marca agrupada comarcal per donar visibilitat a aquesta oferta. 					
	<ul style="list-style-type: none"> • Evolució del nº de pernoctacions en les àrees d'autocaravanes de la comarca. 					

Eixos de treball. E2 SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

Les actuacions incloses dins l'eix de treball 2: SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

Nº	ACTUACIÓ
2.1.	Pla d'accessibilitat de la destinació.
2.2.	Anàlisi i millora de l'accessibilitat en els canals de comunicació i promoció.
2.3.	Organització de programes de formació del sector per atendre la diversitat.
2.4.	Programa d'activitats per incentivar visites durant tot l'any.
2.5.	Campanyes de conscienciació sobre sostenibilitat, orientades tant a residents com a visitants.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

EIX 1.
COMPETITIVITAT
DE L'OFERTA



EIX 2.
SOSTENIBILITAT
I ACCESSIBILITAT



EIX 5.
GOVERNANÇA



EIX 4.
PROMOCIÓ I MÀRQUETING



anoia
turisme

BCN+ Barcelona
és molt més

AGCIA DEL PIPE
Número 2026/001
Data 02/03/2026

Eix 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

2.1 Pla d'accessibilitat de la destinació



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>La comarca de l'Anoia treballa, des de fa anys, amb el Compromís de Sostenibilitat Turística Biosphere. Dins d'aquest segell hi ha una part de treball per a l'accessibilitat (pel turisme per a tothom). Tot i així, cal fer un esforç per treballar per l'accessibilitat universal de manera que tothom pugui gaudir de les propostes turístiques de la comarca.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar que totes les persones puguin gaudir de l'oferta turística de la comarca. • Millorar l'experiència turística general dels visitants. • Posicionar l'Anoia com a destinació sostenible i responsable i de qualitat.

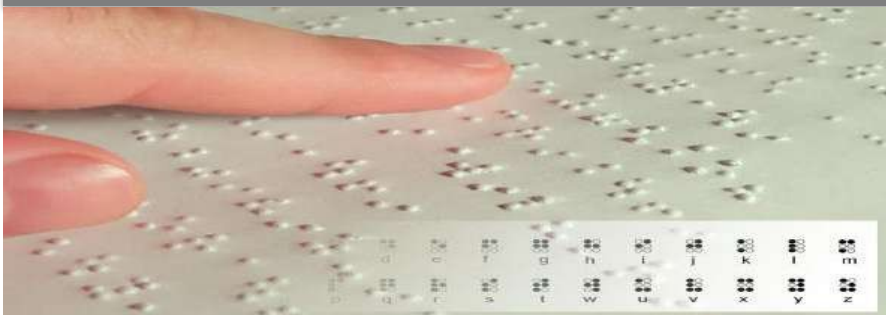
<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>A nivell d'empreses turístiques, l'accessibilitat també és una estratègia que es té en compte. És visible quan es miren els àmbits de treball de la UEA Turisme (la sectorial) que s'organitzen en grups de treball (com turisme, allotjaments, accessibilitat, activitats i restauració). Hi ha, a més, un establiment, Can Morei a Orpí, que és un referent a nivell català en aquest aspecte.</p> <p>Per millorar l'accessibilitat turística de la comarca es plantegen diverses accions:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fer un anàlisi general del grau d'accessibilitat dels recursos turístics (públics i privats). - En base als resultats de l'anàlisi, proposar millores i mesures correctives, buscar recursos i implementar-les. - Realitzar formacions específiques adreçades al sector turístic per saber com millorar l'accessibilitat dels seus establiments. *veure fitxa 2.3 					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal, empresa externa si s'escau, DIBA.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>				
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Increment del nombre d'espais i recursos turístics adaptats a persones amb necessitats especials i funcional. • Millora de la satisfacció i percepció de l'accessibilitat per part dels visitants 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº d'equipaments turístics de la comarca que disposen de mesures d'accessibilitat (senyalètica adaptada, audioguies, etc.). • Nº de visitants amb necessitats especials que participen en activitats turístiques (enquestes, dades de participació o reserves). 					

Eixos de treball. E2 SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

ACJA DEL PLE
 Número 2026-0001
 Data 02/03/2026

Eix 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

2.2 Anàlisi i millora de l'accessibilitat en els canals de comunicació i promoció



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>És necessari garantir l'accessibilitat en la comunicació i promoció turística per assegurar que totes les persones puguin accedir a la informació en igualtat de condicions. Això amplia l'abast de la promoció, millora la imatge de l'Anoia com a destinació inclusiva i reforça la seva competitivitat.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Assegurar que tots els canals de comunicació i promoció turística de l'Anoia compleixin criteris d'accessibilitat universal. • Millorar l'experiència i la satisfacció dels visitants amb diversitat funcional mitjançant l'ús d'informació clara, adaptada i inclusiva. • Millora de la imatge de l'Anoia com a destinació de qualitat.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Per aconseguir que la comunicació turística sigui accessible cal actuar tant en els canals físics com en els suports físics i els continguts. L'acció proposa analitzar el grau d'accessibilitat dels materials de promoció i comunicació turística d'Anoia Turisme (llegibilitat de colors, etc.) i les senyalitzacions, els fulletons, la web i les xarxes socials, etc. En general, cal revisar els elements digitals perquè: les webs i apps segueixin els estàndards WCAG (compatibles amb elsectors de pantalla, navegació per teclat, contrast de colors), els gràfics incorporin text alternatiu, els vídeos promocionals tinguin subtítols i llenguatge senyalitzat clar i llegible, eviti tecnicismes i els documents descarregables tinguin versions accessibles (PDF etiquetats, versions en àudio). I caldrà revisar que els elements offline tinguin tipografies llegibles i contrastos alts, que tinguin lectura fàcil i versions en braille o QR amb audiodescripció i la senyalització clara, amb pictogrames universals.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>	<p>X</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Increment del nombre de canals i materials turístics (digitals i físics) adaptats a l'accessibilitat universal. • Millora de l'experiència i de la satisfacció de les persones amb diversitat funcional rebent informació turística. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percentatge de webs, apps i materials promocionals que compleixen els criteris d'accessibilitat (p. ex. WCAG 2.1). • Nº d'usuaris amb necessitats especials que accedeixen als canals digitals o físics i les enquestes de satisfacció sobre la informació rebuda. 					

AGUADADELPIE
 Data: 02/03/2026
 Número: 2026-001

Eix 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

2.3 Organització de programes de formació del sector per atendre la diversitat



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>L'Anoia fa temps que treballa en millorar la sostenibilitat del sector turístic i cal, també, incloure la vessant accessibilitat en la formació que es porta a terme per ajudar a professionalitzar el sector (donant eines concretes que millorin la qualitat del servei i la reputació turística del territori).</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar els professionals del sector turístic per atendre adequadament persones amb necessitats diverses. • Millorar la qualitat i la inclusivitat dels serveis turístics de la comarca. • Millora de la imatge de l'Anoia com a destinació de qualitat.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>L'organització de jornades de formació i sensibilització del sector turístic per atendre persones amb algun tipus de necessitat especial és una de les potes que cal per assolir una oferta responsable. La formació per a millorar l'atenció al visitant ja que el personal format pot oferir un servei més adequat i respectuós a persones amb diferents necessitats (mobilitat reduïda, discapacitat sensorial, diversitat cultural o lingüística) i garanteix una experiència més positiva i inclusiva per a tots els visitants. La formació del sector ajuda, també, a incrementar la competitivitat del territori. L'atenció inclusiva és un valor afegit que diferencia l'Anoia d'altres destinacions turístiques i dels seus segments de mercat (gent gran, famílies, persones amb discapacitat, turisme intern, etc.). Es planteja combinar formacions online i presencials amb experts de la temàtica i realitzar un viatge de benchmark per conèixer bons exemples i bones pràctiques.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Baixa</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>				
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Augment del nombre de professionals formats en accessibilitat i atenció inclusiva. • Millora en la satisfacció i en la percepció de la qualitat del servei per part dels visitants amb diversitat funcional o cultural. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de participants que han completat formacions específiques en accessibilitat i inclusió. • Percentatge de visitants amb necessitats especials que valoren positivament l'atenció (a través d'enquestes). 					

Eix 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

2.4 Programa d'activitats per incentivar visites durant tot l'any



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>L'Anoia no és una comarca amb una temporalitat extrema ja que els seus recursos permeten que hi hagi visitants durant tot l'any. Tot i així, a l'estiu, les visites als recursos cauen a raó de la calor i al fet que no hi ha escoles. Per altra banda, és a l'estiu quan sembla que l'ocupació dels establiments d'allotjament estan més plens.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar les visites a l'Anoia durant tot l'any i repartir els fluxos turístics durant tot l'any Millorar la viabilitat dels recursos i serveis turístics de la comarca.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Cal implementar estratègies vinculades a la creació de propostes i promoció i comunitat d'atraure l'interès dels visitants potencials, segons segment i mercat, durant tot l'any de proximitat i familiar: Realitzar promocions específiques per famílies i escoles en rutes educatives adaptades a la temporada (com "descobrir l'oli nou" a la temporada baixa i un passaport de coses a fer fora de l'estiu adreçat a les famílies. Per parelles o grups úniques (visites nocturnes, rutes teatralitzades, caminades guiades per paisatges primaverals). En general, cal fer aliances amb el sector privat per crear ofertes (allotjament, visites, tallers o experiències) amb descomptes en les èpoques d'ocupació. Igualment calen paquets turístics que es puguin vendre a través de DMO i plataformes online amb preus atractius en temporada baixa. Cal plantejar també comunicació amb missatges atractius per promoure la visita en les temporades de visitants, mostrar a les xarxes socials el territori en èpoques menys conegudes (paisatges de collites de tardor, floracions de primavera, etc). També es poden plantejar vídeos a través de les xarxes socials i experiències de visitants per generar interès.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p> <p>Alta</p>		<p>Dificultat d'execució</p> <p>Baixa</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p> <p>X</p>	<p>2028</p> <p>X</p>	<p>2029</p> <p>X</p>	<p>2030</p> <p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Increment del nombre de visitants en mesos de temporada baixa gràcies a activitats especials. Major participació del sector privat en la creació de paquets i promocions aquestes èpoques. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> Increment de visites en temporada baixa respecte a l'any anterior. Nº de paquets turístics o promocions actives desenvolupades específicament en temporada baixa. 					

Eix 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

2.5 Campanyes de conscienciació sobre sostenibilitat, orientades tant a residents com a visitants.



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Les campanyes de conscienciació sobre sostenibilitat han de combinar pedagogia, creativitat i implicació del territori per arribar tant a residents com a visitants. L'Anoia és una comarca que treballa la sostenibilitat des de fa temps i cal que es visibilitzi tant perquè en tinguin coneixement la població local com els visitants.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilitzar residents i visitants sobre la importància de preservar i millorar el medi natural, cultural i social de l'Anoia. • Promoure hàbits sostenibles en el consum, la mobilitat i la gestió de residus dins del territori. • Millorar la imatge de l'Anoia com a destinació turística de qualitat.

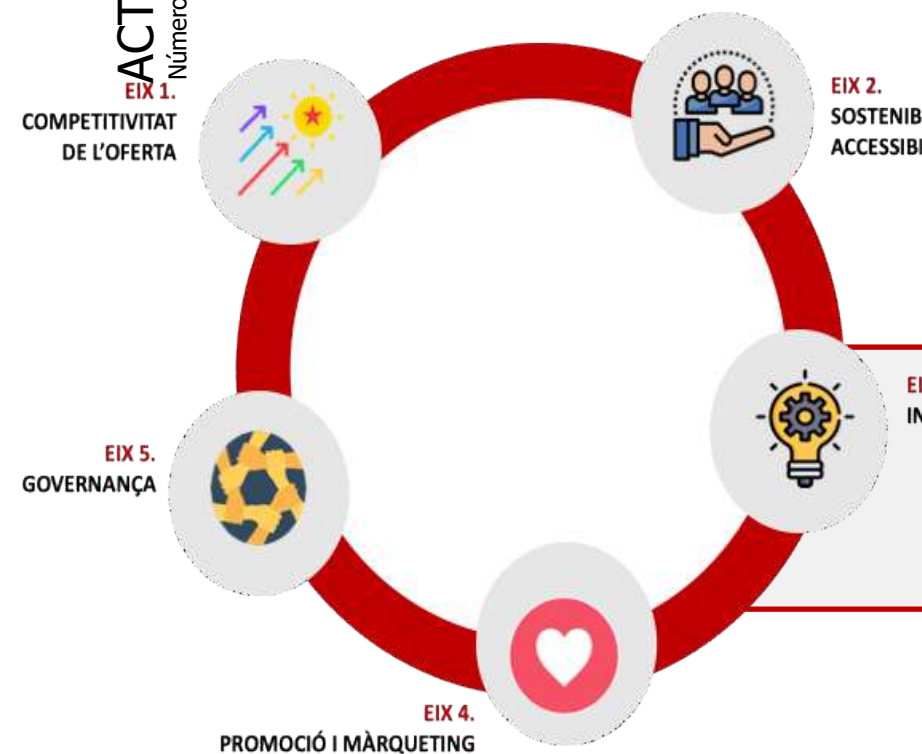
<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>En les campanyes, cal adaptar el missatge segons el públic. L'enfoc ha de ser, per l'orgull de ser d'aquest territori i la responsabilitat comunitària i pels visitants, el respecte a l'entorn i la gent que hi viu i el gaudir d'experiència més autèntiques i singulars. Les campanyes poden anar canviant i posant l'accent en aspectes concrets que són d'interès en cada moment (reducció de residus, promoció de la mobilitat responsable dels recursos, consum local i de proximitat, etc.). Es planteja també fer per reforçar els missatges que es puguin crear pels canals de comunicació habituals (p. ex. etc): Crear amb els actors locals de sostenibilitat (pagesos, restauradors, joves, etc.) Incorporar la gamificació: segells o recompenses per visitants/residents que començin a fer pràctiques; Donar visibilitat a bones pràctiques amb històries reals (ex. un restaurador que evita els plàstics, un visitant que fa la ruta a peu). Cal implicar, de base, al sector públic de la comarca per fer difusió de les accions plantejades perquè tinguin més impacte i fer sessions de treball dins del Compromís per la Sostenibilitat de Biosphere).</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme, DIBA.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Mitjana</p>		<p>Baixa</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>				
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Major coneixement i implicació de residents i visitants en bones pràctiques sostenibles. • Increment de les empreses i entitats turístiques que s'adhereixen a la campanya i fan accions concretes. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percentatge de persones que recorden o identifiquen la campanya (segons els estudis d'impacte). • Nº d'empreses, entitats o establiments adherits i compromesos amb les accions de sostenibilitat impulsades. 					

Eixos de treball. E3 INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

Les actuacions incloses dins l'eix de treball 3: INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

Nº	ACTUACIÓ
3.1.	Implementació de sistemes per obtenir i analitzar informació dels visitants.
3.2.	Creació d'una enquesta digital per públic intern i extern.
3.3.	Disseny d'una enquesta interna d'opinió sobre el turisme (empresaris i residents).
3.4.	Creació de continguts turístics digitals personalitzats pel visitant.
3.5.	Seguiment de marca de la destinació i satisfacció del visitant.
3.6.	Millorar la capacitat del sector a nivell de digitalització (i idiomes).

ACTA DEL PLE
 EIX 1.
 COMPETITIVITAT
 DE L'OFERTA
 Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



AGENCIAD E L P I E
 M u n i c i p a l d e l ' A n o i a
 N ú m e r o 2 0 2 6 - 0 0 1 1
 D a t a 0 2 / 0 3 / 2 0 2 6

Eix 3. INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

3.1 Implementació de sistemes per obtenir i analitzar informació dels visitants



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Actualment, a la comarca de l’Anoia hi ha molt poca informació sobre la demanda turística (qui visita la comarca i amb quina motivació, d’on venen, quants dies s’hi estan, etc). És fonamental implantar sistemes d’obtenció i anàlisi de dades per conèixer millor els visitants actuals i potencials i plantejar estratègies eficients de fidelització i de captació de nous segments.</p>
<p>Objectius específics de l’actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposar d’un sistema estable i actualitzat de recollida de dades sobre el perfil, motivacions i comportament dels visitants. • Millorar la presa de decisions estratègiques en promoció i gestió turística a partir d’informació fiable i contrastada.

<p>Descripció de l’actuació</p>	<p>Per obtenir informació sobre els visitants hi ha diverses vies:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Enquestes i questionaris: Enquestes presencials a oficines de turisme, mercats, esdeveniments i enquestes digitals (via web, xarxes socials, codis QR als establiments). (veure fitxa 3.2) 2. Dades digitals i tecnològiques: Analitzar estadístiques web i xarxes socials del sector turístic comarcal; implementar apps o codis QR amb informació turística que reculli dades (quines rutes i quins continguts); Utilitzar sensors o dades de telefonia mòbil (veure fitxa 3.2) (veure Diputació de Barcelona i Generalitat) per saber fluxos de mobilitat. 3. Col·laboració amb el sector privat: Treballar amb allotjaments, restaurants, agències d’activitats per compartir dades agregades (ocupació, perfils de clients, temps de estada) i crear un observatori turístic comarcal que unifiqui i analitzi aquesta informació. 					
<p>Responsable de l’execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal, DIBA.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d’execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Alta</p>			
<p>Cronograma d’execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creació d’un observatori turístic comarcal amb dades agregades de diferents fonts (enquestes, sensors, sector privat, eines digitals). • Disponibilitat d’informes periòdics que mostrin l’evolució de la demanda turística i les tendències emergents. 					
<p>Indicadors d’avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº d’enquestes i fonts de dades recollides anualment (enquestes, sensors, col·laboració amb empreses). 					

Eix 3. INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

3.2. Creació d'una enquesta digital per públic intern i extern



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>L'Anoia no té informació de qualitat sobre quins visitants arriben i per què. Tampoc sobre la valoració que fan dels serveis i recursos i si tenen intenció de repetir. Hi ha informació escassa i no del tot fiable i, per això, cal una estratègia que permeti millorar el coneixement del visitant actual i potencial a la comarca, per adreçar els esforços de promoció de manera més eficient.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposar d'un sistema estable i actualitzat de recollida de dades sobre el perfil, motivacions i comportament dels visitants. • Millorar la presa de decisions estratègiques en promoció i gestió turística a partir d'informació fiable i contrastada.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>L'acció consisteix en el desenvolupament d'enquestes digitals que permetin recopilar dades sobre els visitants actuals i també potencials. Per aconseguir-ho, es planteja la creació d'una campanya, juntament amb el sector turístic, que estimuli el fet d'omplir les enquestes. Aquesta campanya pot tenir un doble objectiu: captar l'interès dels visitants sobre la comarca i proporcionar recursos turístics a través de la campanya que se'ls convida a respondre una enquesta que els permet guanyar premis importants en espècies (estades, dinars, activitats...). Per fer-ho, cal treballar-ho amb els ajuntaments i el sector privat perquè en siguin prescriptors i també proporcionar informació a alguns dels regidors que conté la campanya. Es pot agafar d'exemple la campanya de la comarca de l'Ariege, França: Enquesta Joc Concurs (https://www.pro-ariegepyrenees.com/client%C3%A8le)</p> <p>Per a portar a terme aquesta acció cal, primer, veure si el sector hi està disposat a finançar-ho i dissenyar l'enquesta de manera que sigui útil i doni informació rellevant sobre la comarca. Finalment, cal dissenyar la campanya perquè assoleixi el doble objectiu plantejat i tenir el pressupost per a donar-la a conèixer.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>	<p>X</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilitat d'informes periòdics que mostrin l'evolució de la demanda turística i les tendències emergents. • Més facilitat a l'hora de prendre decisions estratègiques. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº d'enquestes i fonts de dades recollides anualment (enquestes, sensors, col·laboració amb empreses). 					

Eix 3. INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

3.3 Disseny d'una enquesta interna d'opinió sobre el turisme (empresaris i residents)



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Portar a terme una enquesta interna d'opinió sobre el turisme adreçada a empresaris i residents, de forma periòdica (anual o bianual) és clau ja que permet saber com viuen el turisme els residents (impactes positius i negatius, necessitats, expectatives) i recull l'opinió dels empresaris del sector sobre la situació actual, reptes i oportunitats.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conèixer la percepció dels residents i empresaris sobre els impactes del turisme a la comarca. • Recollir propostes i necessitats dels actors locals per millorar la planificació i gestió turística. • Alinear l'estratègia a les necessitats i expectatives del territori.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>L'enquesta ha de permetre tenir millor coneixement de percepcions i expectatives de la població com del sector, detectar impactes i conflictes (entre turisme i població local) i la millora de la planificació i la gestió (ajustant les accions i les necessitats reals). També ajudar a prioritzar, de manera que es marquin les prioritats de forma coherent i fomenti la corresponsabilitat (involucrant els diferents actors en el desenvolupament). Per fer-ho, es planteja una enquesta interna, que es pugui enviar de forma periòdica.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dissenyar l'enquesta (definir clarament els objectius, dissenyar qüestionari i formularis però complementaris per a població local i sector). 2. Llançar-la explicant bé la finalitat (millorar el model turístic comarcal) i assegurant la confidencialitat. Es pot llançar en format digital a través de diversos canals i s'adreça al sector o ciutadania. 3. Analitzar i presentar els resultats explicant accions concretes que es faran a partir d'aquí hagi sortit. <p>Cal aprofitar l'acció per explicar que Anovia Turisme treballa per millorar la vida de la població i millorar la viabilitat de les empreses turístiques. I que això serveixi per donar a conèixer la feina i visibilitzar la importància de l'activitat turística internament.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anovia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal i població local.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Mitjana</p>		<p>Baixa</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>		<p>X</p>		
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilitat d'un informe amb dades qualitatives i quantitatives sobre les opinions de la població i el sector. • Major implicació i participació dels actors locals en l'estratègia turística de l'Anovia. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº total de respostes obtingudes (residents i empresaris). • Percentatge de propostes de millora recollides que s'incorporen a les accions o projectes posteriors. 					

Eix 3. INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

3.4 Creació de continguts turístics digitals personalitzats pel visitant



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>La creació de continguts turístics digitals personalitzats és imprescindible per respondre a les noves tendències de consum turístic i garantir una oferta adaptada als diferents perfils de visitants. Aquesta acció contribuirà a millorar la competitivitat i la sostenibilitat turística de la comarca de l'Anoia.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Millorar l'experiència dels visitants, oferint informació i propostes adaptades als seus interessos i necessitats. • Potenciar la imatge de l'Anoia com a destinació innovadora, accessible i sostenible a través de canals digitals.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>La creació de continguts turístics digitals personalitzats és clau per millorar l'experiència del visitant i posicionar l'Anoia com a destinació innovadora i atractiva. Per fer-ho caldrà conèixer el visitant i després, tenir la capacitat de segmentar-lo per fer-li arribar continguts adequats. Passos a seguir: 1) Recollir dades bàsiques amb enquestes digitals, mitjançant apps (edat, interessos, procedència); 2) Segmentar perfils: turisme familiar, esportiu, gastronòmic, natural, etc.; 3) Crear eines que ofereixin recomanacions segons preferències: webs, codis QR, punts clau per accedir a contingut específic, xarxes socials personalitzades, newsletters segmentades per interessos; 4) Creació de continguts: Rutes a mida: segons temps disponible, nivell físic o interessos culturals; Experiències locals: propostes que connecten amb la identitat del territori; Passaports digitals, reptes o segells virtuals per rutes completades; Accessibilitat adaptats per a diferents col·lectius (lectura fàcil, idiomes, audioguies, subtítols).</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilitat d'una oferta digital variada (rutes, activitats, experiències) segons perfils de visitant. • Increment de l'ús d'eines digitals com apps, webs o codis QR per planificar i viure l'experiència turística. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de continguts digitals personalitzats creats i publicats (rutes, vídeos, guies interactives) • Percentatge d'usuaris que utilitzen els continguts digitals respecte al total (mesurat amb estadístiques web/app o codis QR). 					

Eix 3. INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

3.5 Seguiment de marca de la destinació i satisfacció del visitant



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Mesurar l'impacte real de la marca Anovia permet saber si el posicionament de la destinació arriba als públics objectiu i si transmet els valors desitjats (sostenibilitat, autenticitat, proximitat). I conèixer el grau de satisfacció dels visitants ajuda a detectar punts forts i febles, i a ajustar serveis i productes. També fomenta la fidelització ja que un visitant satisfet no només torna sinó que recomana (genera promoció boca-orella positiva).</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> Avaluar el posicionament i la percepció de la marca turística de l'Anovia entre visitants i mercats objectiu. Identificar el nivell de satisfacció dels visitants per millorar l'oferta i els serveis turístics de la comarca.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Per fer el seguiment de marca de la destinació i conèixer el nivell de satisfacció dels visitants, necessitar la realització d'enquestes a banda de fer un monitoratge del que es fa a les xarxes:</p> <ol style="list-style-type: none"> Enquestes de satisfacció: realitzades en punts clau (oficines de turisme, allotjament, punts culturals) i també en format digital (web, apps, codis QR) i Monitoratge digital de la marca: seguiment de mencions a xarxes socials, portals de viatges (Tripadvisor, Google Reviews) i premsa digital. <p>Cal combinar-la amb la informació recollida sobre la demanda i establir, també, punts clau (índex de satisfacció global, recomanació de la destinació (NPS), visibilitat de la marca, repetició de visites).</p> <p>Caldrà compartir els resultats amb el sector, de manera que es puguin adaptar les accions de promoció segons les conclusions obtingudes.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anovia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal, empresa especialitzada si s'escau.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Mitjana</p>		<p>Baixa</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilitat d'informes anuals amb dades sobre la notorietat i imatge de la destinació sobre la satisfacció dels visitants. Implementació de millores concretes en serveis, productes i comunicació a partir de les dades recollides. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> Índex de satisfacció global dels visitants (escala 1-10) i percentatge de recomanació de la destinació. Nº de mencions positives/negatives i nivell de visibilitat de la marca Anovia en campanyes d'enquestes. 					

Eix 3. INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

3.6 Millorar la capacitat del sector a nivell de digitalització (i idiomes)



Necessitat de la destinació
Malgrat cada vegada hi ha més empreses formades i capacitades en digitalització i idiomes en el sector turístic de l'Anoia, cal reforçar-ho per millorar la visibilitat, la competitivitat i la qualitat de l'atenció al visitant. Aquestes habilitats són imprescindibles per atraure nous mercats, adaptar-se a les tendències de consum i garantir una experiència turística satisfactòria.

Objectius específics de l'actuació

- Millorar la capacitat professional del sector turístic en eines digitals per augmentar la competitivitat i la visibilitat de l'oferta.
- Incrementar les competències lingüístiques dels professionals per afavorir l'atenció a visitants internacionals.
- Millora de l'Anoia com a destinació turística de qualitat.

Descripció de l'actuació	<p>Cal crear un programa de formació continuada adreçat als agents turístics de la comarca amb accions concretes. Existeix molta formació que s'ofereix al sector però molta d'ella és presencial i online i cal pensar en formacions molt pràctiques on els participants surtin amb pràctica feta (no només en portar-se contingut sinó també feina feta). El programa que es proposa consistirà en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tallers pràctics de digitalització (ús de xarxes socials, gestió de reserves online, màrqueting digital, intel·ligència artificial aplicada al turisme). • Cursos d'idiomes aplicats al sector (anglès i altres idiomes segons mercats prioritats) i treball en vocabulari en situacions reals d'atenció al client. • Assessorament individualitzat per empreses i professionals per aplicar dirigit els seus coneixements al seu negoci. • Col·laboració amb centres de formació, universitats i entitats locals per aconseguir un aprenentatge de qualitat i adaptat a les necessitats del territori. 					
Responsable de l'execució	Anoia Turisme.					
Actors implicats	Sector turístic comarcal, empresa externa si s'escau, DIBA.					
Indicadors de planificació	Prioritat		Dificultat d'execució			
	Alta		Baixa			
Cronograma d'execució	2026	2027	2028	2029	2030	
	X	X	X			
Resultats previstos	<ul style="list-style-type: none"> • Millora de les empreses i serveis turístics de l'Anoia amb més presència i qualitat online. • Professionals capacitats per atendre en anglès i altres idiomes clau, millorant la qualitat de l'atenció al visitant. 					
Indicadors d'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> • Nº d'empreses i serveis turístics de la comarca amb presència activa en plataformes i sistemes de reserva online. • Nº de professionals formats en idiomes i digitalització, i grau de satisfacció dels participants en les formacions. 					

Eixos de treball. E4 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

Les actuacions incloses dins l'eix de treball 4: PROMOCIÓ I MÀRQUETING

Nº	ACTUACIÓ
4.1.	Creació d'un relat turístic comarcal.
4.2.	Revisar i repensar el material de promoció online i offline segons els segments i mercats prioritaris.
4.3.	Redacció d'un pla de comunicació online.
4.4.	Crear propostes paquetitzades (amb el suport d'alguna AAVV).
4.5.	Creació i enviament d'una <i>newsletter</i> periòdica al sector turístic.

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Eix 4. PROMOCIÓ I MÀRQUETING

4.1 Creació d'un relat turístic comarcal



Necessitat de la destinació	Un relat comarcal consensuat és essencial per posicionar l'Anoia amb una imatge pròpia, coherent i competitiva. Ara mateix, la comarca té zones amb realitats diverses i costa definir aquest paraigües comú, però és necessari per diferenciar i singularitzar la comarca i posicionar la marca turística, de manera que es millori la competitivitat d'aquest sector.
Objectius específics de l'actuació	<ul style="list-style-type: none"> Definir un relat turístic consensuat, que doni coherència i identitat a l'oferta de la comarca. Posicionar l'Anoia com a destinació diferenciada i atractiva dins el mercat turístic. Millorar la imatge de l'Anoia com a destinació turística de qualitat.

Descripció de l'actuació	L'Anoia necessita un relat turístic unificat i consensuat amb el sector que sigui e tota la comunicació que es porti a terme i que destaquï els valors i atributs principals transversal i que destaquï les singularitats de la destinació turística. El relat ha de ser identitat i coherència a l'oferta turística, generar cohesió entre els agents locals, especialment en una comarca amb una clara manca de consens identitari territorial, millorar la projecció externa i ha de connectar amb el visitant. El relat ha de ser atractiu i diferenciador i ha de connectar amb el visitant a través d'una línia clara, emocional i alineada amb les tendències del turisme experiencial. Per construir aquest relat de manera que sigui consensuat i, per tant, s'accepti i utilitzat per tots els actors es planteja fer una recollida de veus i s'identifiquin (en tallers participatius) els valors i atributs principals de la comarca. S'hauran de treballar posteriorment els elements per buscar coherència amb altres plans territorials. Finalment, s'haurà d'elaborar el relat de treball amb els actors implicats per assegurar consens i representativitat.					
Responsable de l'execució	Anoia Turisme.					
Actors implicats	Sector turístic comarcal i empresa externa si s'escau. Possibilitat d'implicar-hi a la població.					
Indicadors de planificació	Prioritat		Dificultat d'execució			
	Alta		Baixa			
Cronograma d'execució	2026	2027	2028	2029	2030	
	X	X				
Resultats previstos	<ul style="list-style-type: none"> Document de relat turístic comarcal elaborat i validat pels agents del territori. Incorporació del relat a les accions de promoció i productes turístics de la comarca. 					
Indicadors d'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> Nº d'agents del sector implicats en el procés de definició del relat. % de materials promocionals i productes turístics que integren el relat consensuat. 					

ACTA DE L'ACTUACIÓ
Número: 2026-0004
Data: 02/03/2026

Eix 4. PROMOCIÓ I MÀRQUETING

4.2 Revisar i repensar el material de promoció online i offline segons els segments i mercats prioritaris.



Necessitat de la destinació	Les tendències i preferències dels públics evolucionen constantment, i el material actual pot no respondre als interessos dels nous perfils de visitants. Així, cal adaptar el discurs i els formats a cada segment i tenir clar a qui estem adreçant la informació que s'editi en cada cas de manera que la comunicació sigui efectiva.
Objectius específics de l'actuació	<ul style="list-style-type: none"> • Actualitzar el material promocional de la comarca per adequar-lo als nous segments i mercats prioritaris. • Millorar la coherència i l'efectivitat de la comunicació turística, alineant-la amb el relat comarcal i la marca territorial.

Descripció de l'actuació	S'ha de revisar i repensar el material editat d'acord amb l'estratègia del present pla estratègic de turisme de la comarca de l'Anoia, definint el relat i adaptant-lo a totes les eines de comunicació i promoció, però també revisant quins materials s'utilitzen pels segments i mercats que volem captar. Tenint en compte el segment de Mercats i Casaments és un segment a treballar, així com el segment de Mercats i Turisme. En aquests dos casos, un catàleg on es mostri l'oferta especialitzada de cada mercat. Per altra banda, hi ha materials que potser han quedat obsolets i no cal continuar amb ells, s'han de pensar de manera més comercial (com els fulletons de Terra de Castells). Sempre que sigui possible, cal adaptar els materials segons mercats ja que la manera de coneixement de cada mercat és diferent i el material hauria de tenir-ho en compte (per exemple, la comunicació que es faci a través de la web o de les xarxes socials). Cal unificar dissenys i estils ja que actualment hi ha força variabilitat d'estils en els materials de la comarca i també es proposa menys text i més imatges (professionals) en els fulletons. En el mapa genèric de la comarca, cal tenir en compte les poblacions i carreteres que hi ha a la comarca per facilitar als visitants que vulguin anar a atractius propers fora d'ella.					
Responsable de l'execució	Anoia Turisme.					
Actors implicats	Sector turístic comarcal i empresa especialitzada si s'escau.					
Indicadors de planificació	Prioritat		Dificultat d'execució			
	Mitjana		Baixa			
Cronograma d'execució	2026	2027	2028	2029	2030	
	X	X				
Resultats previstos	<ul style="list-style-type: none"> • Nou conjunt de materials de promoció (online i offline) adaptats a cada segment i mercat i objectiu. • Increment de la visibilitat i reconeixement de la destinació Anoia en canals digitals. 					
Indicadors d'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de materials promocionals actualitzats o redissenyats segons mercat i segment. 					



AGENCIADORA DE PROMOCIÓ I MÀRQUETING
Número de registre: 2026/001
Data: 02/03/2026

Eix 4. PROMOCIÓ I MÀRQUETING

4.3 Redacció d'un pla de comunicació online



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Cada vegada hi ha un ús més intensiu de les eines digitals, també en el turisme, per buscar informació, ressenyes i experiències abans de triar una destinació i també mentre dura la visita. Per això, a nivell de destinació, cal una estratègia clara per tal que l'usuari interessat trobi el què busca de forma senzilla, i millorar el posicionament de l'Anoia en els entorns digitals.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Donar visibilitat digital a la comarca com a destinació turística sostenible, cultural i de natura. • Millorar la comunicació amb el públic objectiu a través de canals digitals. • Millorar la presència de l'Anoia en els entorns digitals.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Disposar d'un pla de comunicació, a banda de millorar el posicionament de la destinació ha d'assegurar que els missatges, imatges i valors que es transmeten sobre la destinació són consistents amb els objectius del Pla Estratègic de Turisme. Cal evitar una comunicació fragmentada i treballar per constituir una marca turística comarcal sòlida. El pla de comunicació online permet, a més, segmentar i arribar al públic adequat ja que amb les eines digitals es pot dirigir la comunicació a públics específics (famílies, turisme rural, cultural, gastronomia) i s'optimitzen els recursos i augmenta l'impacte. El pla ha d'especificar els missatges i les accions concretes que caldrà treballar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presència web i SEO. Actualitzar i optimitzar el web de turisme de l'Anoia amb contingut en català i multilingüe i millorar el posicionament SEO amb paraules clau. • Xarxes socials. Gestionar perfils oficials a Instagram, Facebook, TikTok i LinkedIn (amb perfil professional). Llançar campanyes de <i>storytelling</i> amb fotos, vídeos i testimonis de turistes i campanyes segmentades. • Contingut audiovisual. Produir vídeos breus de rutes, experiències gastronòmiques i de natura. Col·laborar amb <i>influencers</i> de turisme sostenible i viatges de proximitat. 					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal i empresa especialitzada si s'escau.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>				
<p>Resultats previstos</p>	<p>Increment del nombre de visitants que descobreixen i reserven activitats turístiques a través de canals digitals de l'Anoia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Major notorietat i reconeixement de la marca "Turisme Anoia" a les xarxes socials i cercadors. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de visites al web de turisme i taxa de conversió en reserves/descàrregues de rutes • Seguidors a xarxes socials i número d'interaccions 					

Eix 4. PROMOCIÓ I MÀRQUETING

4.4 Crear propostes paquetitzades (amb el suport d'alguna AAVV)



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Una de les tendències en el turisme és la cerca d'experiències autèntiques en lloc de producte aïllats. En aquest sentit, la paquetització permet adaptar-se al mercat i accedir a alguns segments que difícilment arribaran sense la intermediació d'una agència. A l'Anoia, actualment no hi ha cap DMC però això no vol dir que no es puguin fer propostes paquetitzades i col·laborar amb alguna AAVV de proximitat.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dissenyar i comercialitzar paquets turístics integrats per diversos segments i motivacions. • Potenciar la col·laboració entre empreses locals i AAVVs per incrementar la visibilitat i viabilitat dels productes turístics de l'Anoia.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>El fet que a l'Anoia no existeixi cap DMC no ajuda a posar a disposició dels visitants potencials propostes que siguin atractives i incloguin diversos serveis (allotjament, transport, etc.). Idealment, caldria que hi haguessin agències receptives al territori per ajudar a crear i donar suport a conèixer a client potencial i també a operadors que s'adrecin a mercats prioritaris per la comarca. Malgrat no hi hagi cap DMC, igualment es podrien crear propostes que tinguin sentit, segons l'estratègia de públics i productes del present i del futur. Les a agències i operadors que puguin tenir interès en la seva comercialització. És important pensar els paquets que poden ser singulars per cada temàtica i proposar alguns paquets de setmana i de setmana sencera. A partir d'aquí, cal enviar la informació a les agències de DIBA o l'ACT) i, si és possible, organitzar famtrips per convidar a les agències a presentar propostes en el territori. Un exemple concret de paquet que es podria adreçar a gent de +55 anys (Empty Nesters), de mercat espanyol o del sud de França, que siguin interessats en cultura, el senderisme i la gastronomia, podria ser una setmana per recórrer a peu el Montserrat seguint el Camí de Sant Ignasi. A banda de la ruta, podria haver-hi opcions de circulars a peu per descobrir els camins de l'Anoia i la Via Blava i la cultura i l'enogastronomia local.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal, DIBA, ACT, AAVV i turoperadors.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Mitjana</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>	<p>X</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilitat d'un catàleg inicial amb un mínim de 5 paquets turístics diferenciats (enogastronòmics, familiars, de senderisme/cicloturisme...). 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de paquets creats i comercialitzats amb suport d'una AAVV. • Nº de reserves/vendes generades a través d'aquests paquets. 					

Eix 4. PROMOCIÓ I MÀRQUETING

4.5 Creació i enviament d'una newsletter periòdica al sector turístic



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>La creació d'una <i>newsletter</i> periòdica és necessària per millorar la comunicació interna del sector turístic de l'Anoia i mantenir informats els agents sobre novetats, projectes i oportunitats. Aquest canal permet fomentar la col·laboració i la cohesió entre empreses, entitats i administracions locals. A més, és una eina ràpida, econòmica i mesurable que facilita la difusió d'informació rellevant. Contribueix a reforçar la identitat i el sentiment de pertinença al projecte turístic comarcal.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Millorar la comunicació i la coordinació entre els agents turístics de la comarca. • Difondre informació actualitzada sobre activitats, recursos i oportunitats del sector turístic de l'Anoia.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Per fer aquesta acció, caldrà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definir els receptors - Crear contingut útil - Definir la regularitat d'enviament - Fer seguiment i anar quantes obertures té - Valoració amb el sector perquè sigui una eina útil. <p>Fer una newsletter és una feina costosa a nivell de l'equip d'Anoia Turisme i, per clar quins objectius persegueix i a qui s'adreça i quina informació és rellevant tenint en compte aquests aspectes. No cal fer un document gaire llarg sinó amb el resum de les principals notícies que puguin ser d'interès pel sector. Es pot plantejar com una infografia de manera que sigui fàcil d'entendre els principals missatges sense necessitat d'escriure ni llegir gaire.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Mitjana</p>		<p>Baixa</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Increment de la participació del sector en accions i projectes comarcals. • Consolidació d'un canal de comunicació estable i reconegut dins del sector turístic. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de newsletters enviades i percentatge d'obertura o lectura. • Nº d'empreses i entitats subscrites o participants al butlletí. 					

Eixos de treball. E5 GOVERNANÇA

Les actuacions incloses dins l'eix de treball 5: GOVERNANÇA

Nº	ACTUACIÓ
5.1	Repensar les taules de treball actuals.
5.2	Millorar la informació i comunicació entre els actors turístics de la comarca.
5.3	Establir bases per a la coordinació i estructuració del sector privat



Eix 5. GOVERNANÇA

5.1 Repensar les taules de treball actuals



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Actualment, des d'Anoia Turisme es treballen diverses taules, territorials i temàtiques, que pretenen coordinar esforços i tirar endavant projectes diversos vinculats al desenvolupament turístic de la comarca. Tot i aquestes taules existents, sembla que hi ha alguns territoris i sectors que estan poc informats i no se senten part de l'estratègia comarca. Per això cal fer una plantejament d'anàlisis i si cal canviar les taules de treball existents.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Millorar la coordinació i la inclusió territorial i sectorial, tot aprofitant les taules existents, però garantint que tots els actors clau participin i tinguin accés a informació rellevant.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Per aquesta acció cal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primer, fer una diagnosi per veure quines taules i espais de treball existeixen (sector públic i sector privat, territorials i temàtiques), veure qui en forma part i a què el que funciona i no, en les taules existents (temps que fa que duren, rotació, representativitat, concreció d'accions, etc). - El següent pas és definir uns objectius clars de manera que cada taula tingui un objectiu concret, alineat amb l'estratègia comarcal, que estigui escrit i que sigui com a tothom sàpiga que van a fer-hi). En cada taula cal tenir un mandat clar, un horitzó i cal establir uns resultats esperats mesurables. Cal mirar, també, que les taules tinguin la màxima representativitat del sector/temàtica que toqui. En aquest sentit cal tenir en compte els sectors/territoris menys representats perquè se sentin part de la global. - Cal establir en cada taula, la manera de treballar, de repartir tasques i de compartir informació de manera que siguin realment espais útils no només per parlar sinó tasques a Anoia Turisme sinó també espais perquè tots els assistents hi tinguin un rol. 					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Més participació territorial i sectorial: tots els municipis i sectors clau participen a les taules i en els projectes turístics comarcals. • Millora en la coherència de l'estratègia turística: els projectes i iniciatives desenvolupats a les diferents taules estan alineats amb el pla estratègic comarcal. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de municipis i sectors representats en les taules de treball (territorials i temàtiques) • Nº de projectes desenvolupats amb participació conjunta de més d'una taula i/o sectors 					

ACTIADDEL PPE
 Número: 20260001
 Data: 02/03/2026

Data: 02/03/2026

ACAJA DEL PIRENEU

Eix 5. GOVERNANÇA

5.2 Millorar la informació i comunicació entre els actors turístics de la comarca



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Es imprescindible que el sector turístic de la comarca (allotjaments, activitats, oficines de turisme, restauració) així com també en general els organitzadors d'esdeveniments, públics i privats, disposin d'informació actualitzada i accessible sobre els esdeveniments, i sobre els horaris i oferta dels recursos turístics de manera fàcil i fiable. Això ha de servir per coordinar esdeveniments i no solapar-se i també per incrementar la satisfacció dels visitants.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Garantir que tots els actors del sector turístic disposin d'informació actualitzada i fiable sobre esdeveniments i recursos turístics. • Establir canals de comunicació fluïda que permetin difondre novetats, canvis d'horari i informació rellevant de manera immediata.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Per garantir una comunicació fluïda i centralitzada amb el sector turístic és fonamental per la digitalització i l'ús d'eines adequades.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una opció és crear una plataforma web centralitzada que reculli tota la informació sobre esdeveniments, horaris i recursos turístics. Aquesta plataforma hauria d'oferir l'accés permanent i incloure notificacions o alertes sobre novetats o canvis. - Complementàriament, es pot desenvolupar una aplicació mòbil dirigida a la sincronització amb calendari i notificacions push, per assegurar que la informació de manera immediata i sigui fàcilment consultable des del mòbil. - També es poden utilitzar calendaris compartits, com Google Calendar o Outlook, que permetin als actors del sector veure i sincronitzar horaris i esdeveniments amb les seves pròpies agendes. - Per mantenir al dia el sector de manera periòdica és útil establir butlletins automàtics, com newsletters mensuals o setmanals amb novetats, i complementar amb grups de comunicació instantània (WhatsApp o Telegram) per a canvis d'última hora. Aquest conjunt d'eines digitals permet centralitzar la informació, millorar la seva fiabilitat i assegurar que tots els actors del sector estiguin informats de manera ràpida i fiable. 					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>			<p>Dificultat d'execució</p>		
	<p>Alta</p>			<p>Mitjana</p>		
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
<p>Resultats previstos</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº d'empreses i recursos turístics que utilitzen la plataforma o eina digital per actualitzar la informació. • Nº d'actuacions d'esdeveniments i horaris registrades mensualment a la plataforma centralitzada. 					

AGTAD ELPTE
Número 202600011
Data 02/03/2026

Eix 5. GOVERNANÇA

5.3 Establir bases per a la coordinació i estructuració del sector privat



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Malgrat la importància de la col·laboració entre el sector privat per generar projectes comuns que puguin beneficiar-los, costa a la comarca que hi hagi espais de treball entre sectors vinculats al turisme (ex. comerç-restauració; restauració-cellers; restauració-productors agroalimentaris).</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear espais i proposar fórmules perquè es creïn sinergies entre els diferents actors privats del sector turístic. • Incrementar la col·laboració i generació de projectes conjunts entre per tal que puguin col·laborar més fàcilment i generar projectes conjunts que reforcin l'oferta de la comarca.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Ja s'han esmentat algunes eines que des d'Anoia Turisme serveixen per establir a de coordinació (taules de treball sectorials; foment de reunions i trobades periòdiques; programes com ara el PIT o el CS Biosphere, etc.). Tot i això, com sol passar en molts casos, hi ha empreses del sector que són molt actives i participen a tot arreu i n'hi ha moltes que no són mai presents enlloc i no s'assabenten del que passa a la comarca, per més que se'n doni informació. En tots aquests casos, cal continuar treballant des d'Anoia Turisme per a l'estructuració del sector privat perquè col·laborin entre ells. Algunes maneres són: fer propostes o projectes turístics (que requereixen la col·laboració de diversos actors i d'empreses), l'organització d'esdeveniments temàtics, el foment de reunions i trobades comuns, etc. En aquest cas Anoia Turisme ha d'actuar com a facilitador i coordinador, proporcionant estructura i eines perquè el sector privat pugui treballar de forma coordinada i reforçar l'oferta turística de la comarca.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creació de xarxes funcionals entre subsectors del sector privat (restauració-celleres, allotjaments, restauració-productors) amb col·laboració activa en projectes conjunts i turístiques. • Millora en la coordinació i intercanvi d'informació entre els actors del sector privat i creació de productes i experiències turístiques conjuntes. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de projectes conjunts desenvolupats entre diferents subsectors del sector privat a la comarca. • Nº d'empreses i entitats del sector que participen activament en xarxes de coordinació. 					

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Resum del pla d' accions 2026-

Resum del pla d'accions 2026-2031

EIX	ACCIÓ	PRIORITAT	DIFICULTAT EXECUCIÓ	COST	2026	2027	2028	2029	2030
1. Competitivitat de l'oferta	1.1 Implementar el Pla de mobilitat lenta comarcal.	Alta	Alta	Alt					
	1.2 Estructurar l'oferta de serveis per a MICE i celebracions.	Alta	Baixa	Baix					
	1.3 Estructurar l'oferta de serveis per a turisme de benestar.	Alta	Baixa	Baix					
	1.4 Estructurar l'oferta vinculada als castells (<i>Anoia, Terra de Castells</i>).	Alta	Alta	Mig					
	1.5 Treballar la proposta de valor vinculada al turisme industrial.	Baixa	Baixa	Baix					
	1.6 Fer créixer i consolidar <i>Artisania Anoia</i> .	Mitjana	Mitjana	Mig					
	1.7 Consolidar la vessant turística del <i>PACO</i> .	Alta	Mitjana	Baix					
	1.8 Estructurar rutes gastronòmiques.	Alta	Baixa	Baix					
	1.9 Valoritzar els pobles i nuclis amb encant.	Mitjana	Mitjana	Baix					
	1.10 Consolidar el projecte d'Anoia e-bike.	Alta	Mitjana	Mig					
	1.11 Estructurar l'oferta per a furgonetes camperitzades i autocaravanes a nivell comarcal.	Alta	Mitjana	Mig					
2. Sostenibilitat i accessibilitat	2.1 Pla d'accessibilitat de la destinació.	Alta	Mitjana	Mitjana					
	2.2 Anàlisi i millora de l'accessibilitat en els canals de comunicació i promoció.	Alta	Mitjana	Mitjana					
	2.3 Organització de programes de formació del sector per atendre la diversitat.	Alta	Baixa	Baixa					
	2.4 Programa d'activitats per incentivar visites durant tot l'any.	Alta		Baixa					
	2.5 Campanyes de conscienciació sobre sostenibilitat, orientades tant a residents com a visitants.	Mitjana	Baixa	Mitjana					

Resum del pla d'accions 2026-2031

EIX	ACCIÓ	PRIORITAT	DIFICULTAT EXECUCIÓ	COST	2026	2027	2028	2029	2030
3. Innovació i tecnologia	3.1 Implementació de sistemes per obtenir i analitzar informació dels visitants.	Alta	Alta	Mig					
	3.2 Creació d'una enquesta digital per públic intern i extern.	Alta	Mitjana	Baix					
	3.3 Disseny d'una enquesta interna d'opinió sobre el turisme (empresaris i residents).	Mitjana	Baixa	Baix					
	3.4 Creació de continguts turístics digitals personalitzats pel visitant.	Alta	Mitjana	Mig					
	3.5 Seguiment de marca de la destinació i satisfacció del visitant.	Mitjana	Baixa	Baix					
	3.6 Millorar la capacitat del sector a nivell de digitalització (i idiomes).	Alta	Baixa	Baix					
4. Promoció i màrqueting	4.1 Creació d'un relat turístic comarcal.	Alta	Baixa	Baix					
	4.2 Revisar i repensar el material de promoció online i offline segons els segments i mercats prioritaris.	Mitjana	Baixa	Mig					
	4.3 Redacció d'un pla de comunicació online.	Alta	Mitjana	Mig					
	4.4 Crear propostes paquetitzades (amb el suport d'alguna AAVV).	Mitjana	Mitjana	Baix					
	4.5 Creació i enviament d'una <i>newsletter</i> periòdica al sector turístic.	Mitjana	Baixa	Baix					

Resum del pla d'accions 2026-2031

02/03/2026

anoia
turisme



EIX	ACCIÓ	PRIORITAT	DIFICULTAT EXECUCIÓ	COST	2026	2027	2028	2029	2030
5. Innovació i tecnologia	5.1 Repensar les taules de treball actuals.	Alta	Mitjana	Mig					
	5.2 Millorar la informació i comunicació entre els actors turístics de la comarca.	Alta	Mitjana	Baix					
	5.3 Establir bases per a la coordinació i estructuració del sector privat	Alta	Mitjana	Mig					

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

7. ANNEXOS

7.1 Entrevistes realitzades

7.2 Resultats de la sessió de treball

7.3. Accions recomanades, que no depenen de turisme

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

7.

ANNEXOS

7.1 Entrevistes realitzades

7.2 Resultats de la sessió de tr

7.3. Accions recomanades, que
depenen de turisme

Entrevistes realitzades

- 1) **Jordi Reixachs**, regidor de turisme d'Orpí i propietari de Can Morei d'Orpí (19 de setembre)
- 2) **Blanca Vich**, propietària de l'hotel Robert de La Pobla de Claramunt (20 de setembre)
- 3) **Daniel Gutiérrez**, regidor de Masquefa i conseller de turisme d'Anoia Turisme (23 de setembre)
- 4) **Josep Ma Planella**, Associació de comerciants Igualada Comerç (23 de setembre)
- 5) **Daniel González**, Anoia Patrimoni (26 de setembre)
- 6) **Josep Ustrell**, coordinador àrea d'emprenedoria, comerç i turisme de l'ajuntament d'Igualada (4 d'octubre)
- 7) **Jordi Marcè**, regidor de turisme de l'ajuntament d'Igualada (4 de novembre)
- 8) **Belen Atienza i Bet Parramon**, de B&B intervencions (4 d'octubre)
- 9) **Anna Marsal** d'UEA Turisme (4 d'octubre)
- 10) **Rocío Giraldez**, Oficina Tècnica de la Gerència de Serveis de Turisme de DIBA (3 desembre)
- 11) **Laura Carulla**, propietària de Can Carulla (29 de gener)
- 12) **Raquel Serra**, coordinadora de la mancomunitat d'Òdena (21 de gener)
- 13) **Marc Talavera**, president d'Eixarcolant (3 de febrer)
- 14) **Pere Massana**, associació Alta Anoia i alcalde de Pujalt (20 de febrer)
- 15) **Anna Busquet**, LaBacicleta (21 de febrer)
- 16) **Cristina Rojas**, Can Alemany (24 de febrer)

ACTA DEL PLE

Numero: 2026-0001 Data: 02/03/2026

anoia
turisme



Entrevistes realitzades. Principals idees

Jordi Reixachs, regidor de turisme d'Orpí i propietari de Can Morei d'Orpí (19 de setembre)

- Can Morei té 8 apartaments d'entre 3 i 5 persones adaptats per a persones amb discapacitat. Té ple estiu. Voldria desestacionalitzar.
- A la seva casa té 90% de client estranger (per ordre: Holanda, Alemanya, Bèlgica, nord de França i Israel). Hi venen per la proximitat a Barcelona i a la platja de Santes Creus). Els seus clients no van a l'Anoia, van de vacances a Barcelona però volen un lloc tranquil per allotjar-se. Un 10% dels seus clients van en cadira de rodes i el client és familiar.
- El client català es mou poc de la casa però el client estranger que té es belluga molt.
- La seva promoció és a través de webs especialitzades en turisme sostenible i accessible i fent campanyes de google ads.
- Fa 10 anys que la comarca fa el mateix, hi ha molts plans i moltes diagnosis però no s'actua.
- La comarca té tres realitats molt diferents, una zona que s'assimila més a la Segarra (Alta Anoia), una zona que s'assimila al Penedès i una que gairebé forma part de la metropolitana (Piera).
- El potencial turístic de l'Anoia passa per la seva autenticitat però s'ha de treballar la marca amb la idea de la proximitat a Barcelona. L'Anoia es pot assimilar a la Toscana o la Provença a nivell de paisatge.
- Territori molt adequat per a BTT i bici de carretera però s'ha de pensar bé quin client es vol anar a buscar. El client que fa ruta en bici és especialitzat, només fa un dia i un poc. Cal crear paquets per a famílies que vulguin fer bici (e-bike) però falten AAVV receptives que preparin els paquets.
- La ruta de Sant Jaume, el camí ignasià i els castells estan bé que hi siguin però no tenen prou capacitat d'atracció. A més les visites als castells no estan ben resoltes i hi ha un castell amb visites regulars, molts estan tancats.
- Hi ha recurs però no producte.
- L'ajuntament d'Igualada viu d'esquena a la comarca, no juga cap paper en el turisme però el CC mira molt i té molt en compte el que fa/diu Igualada.
- S'analitza què tenim i es pensa qui ho pot voler (segments i mercats) però caldria fer-ho al revés, analitzar què busquen els segments i mercats que ens ofereixen (potencials) i veure què els podem oferir. El turista busca viure com la gent del lloc, poder anar a la botigueta del poble, al bar del poble, busca "terroir"!
- A nivell de web, la web del CC no funciona pels turistes, els recursos són invisibles. Caldria poder filtrar per interès. S'haurien d'ajuntar, amb conveni, la web del CC i la web privada de Visitanoia (que està millor per trobar informació).
- Caldria disposar d'una borsa de guies acreditats, autònoms i multifuncionals que poguessin donar cobertura als recursos actuals (castells, esglésies) i que es pogués accedir-hi a través d'una web o app.
- La via blava pot ser la base per una nova mobilitat però s'ha de pensar bé els traçats que permeten comunicar-la amb els pobles de la zona (mobilitat no forçada, segura, segregat del trànsit i pensada pels veïns).

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Blanca Vich, propietària de l'hotel Robert de La Pobla de Claramunt (20 de setembre)

- Hotel de 35 habitacions ubicat a la Pobla de Claramunt, de gestió familiar. Cuiden molt bé als clients.
- Tenen un client vacacional durant tot l'any, no tenen temporades tot i que quan més gent tenen és de finals de juny a finals d'agost. També tenen client d'emp setmana (directius, muntadors, comerciants...aquest públic sol fer estades de setmana sencera i és un client molt fidel).
- Tenen client estranger que vol visitar Barcelona: holandès, francès (alguns hi fan parada de camí a Marrac), alemany (els hi arriben per booking). També altres nacionals puntuals (ex: xinesos).
- A vegades tenen grups de motoristes o de ciclistes però no és molt freqüent.
- La seva ubicació és força estratègica (en cotxe Montserrat a 20minuts, Sitges a 30minuts, Barcelona a 1hora).
- Els punts forts de la comarca son els castells, l'abric romaní i el Museu paperer de Capellades, els pobles d'interior amb encant com La Llacuna i els salts d'aigua a l'interior (que la gent no s'hi pot banyar).
- El Camí de Sant Jaume no el fa gaire gent, no està ben senyalitzat. El Camí Ignasià no passa per La Pobla de Claramunt però tot i així a vegades els arriba algú que ve pel camí quan es troben que l'alberg està tancat o ple o també perquè busquen un allotjament amb més serveis que els albergs de pelegrins.
- Per ells la via blava no té massa interès però en canvi hi ha rutes per fer en bici o a peu des de la Pobla de Claramunt a Montserrat que són interessants.
- Ells tenen bona connexió amb transport públic perquè hi passa el tren.
- Com a punts febles: la senyalització dels recursos turístics, el material promocional de què disposen (en paper), no té mapa del municipi amb recursos a visitar.
- Falta una bona xarxa de camins per a fer en bici que uneixi tota la comarca (BTT). No hi ha informació del projecte Anoia e-bike.

AGTAEDEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Daniel Gutiérrez, regidor de Masquefa i conseller de turisme d'Anoia Turisme (23 de setembre)

- L'Anoia no és una comarca històrica. L'Anoia és un territori tranquil, ideal per a fer a peu o en bicicleta, rural però amb punts urbans. Es una destinació creixement. El 40% de la població de la comarca està a Igualada i la conca d'Òdena.
- Els reptes de cara al futur són el turisme regeneratiu (tot i que és força utòpic), la sostenibilitat.
- aplicar l'agenda 2030 i els ODS. S'ha de treballar per un model de comarca sostenible (hi ha cançons per recórrer.) i també cal enfocar els esforços en la digitalització.
- No coneixem els nostres visitants. Hem de poder saber quants venen, com venen i perquè venen. Les dades del Lab de Diputació de Barcelona no caracteritzen bé de la comarca.
- L'equip d'Anoia Turisme hauria de tenir més mans i més pressupost.
- Falta més professionalització del sector turístic ja que hi ha moltes persones que ho tenen com activitat secundària, sent la primera activitat el sector primari. Així mateix, cal fomentar la participació en projectes, en accions de promoció...
- Existeix una associació sectorial de turisme però té pocs membres, no representa del tot al sector.
- Terra de Castells és un projecte que ha permès que els castells es rehabilitessin. Hi ha una aplicació per les visites que caldria actualitzar. Cada castell té característiques (situació) diferent. Alguns depenen dels municipis, d'altres són privats.
- Cal més promoció de la comarca i dels seus recursos, però s'ha de repensar com es fa (ara no se sap el que funciona i el que no).
- La via blava és una oportunitat de desenvolupament d'estratègies intercomarcals. Serà l'autopista perquè molta gent la faci servir i poder crear espais complerts. La Diputació està donant suport per crear producte turístic al voltant de la via blava.
- Cal Maco pot jugar un paper important en paquetitzar l'oferta actual.
- Hi ha una taula de treball amb l'ajuntament d'Igualada i la comarca per treure més profit dels esdeveniments grans i tenir una estratègia conjunta. Anoia Turisme té comissions de treball a nivell territorial i a nivell temàtic.
- La comarca està poc preparada per acollir visitant estranger, amb alguna excepció com Can Morei, la Torre Nova o la Isla Verde.
- Per la majoria d'allotjaments el client principal és el català i espanyol. Els mercats internacionals prioritaris són el sud de França, Holanda i Bèlgica.

ACTA DEL PLE

Número: 20260001 Data: 02/03/2026

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Josep Ma Planella, Associació de comerciants Igualada Comerç (23 de setembre)

- Igualada Comerç (associació de comerciants d'Igualada) participen de les iniciatives de turisme sempre que poden. Són PIT i tenen el CS Biosphere. Ex. Visites d'Anoia Patrimoni on es fan parades en comerços i hi ha algun tast.
- Fa uns anys ningú pensava que l'Anoia pogués ser turístic, ara s'ho creuen més però no es treballa de forma coordinada.
- Falta estructurar l'oferta dels castells, tenir més horaris de visita. En general hi ha diversos projectes comarcals, globus, bicicletes, castells però no saben molt bé cada projecte ni tenen massa informació de com s'avança.
- Al REC no hi ha cap informació ni promoció d'Igualada ni de la comarca. Igualada té molts esdeveniments però són efímers. Quan hi ha aquests grans esdeveniments el comerç també ho nota en positiu, de fet Igualada Comerç intenten aprofitar quan hi ha esdeveniments grans.
- No són presents a cap taula de treball comarcal de turisme. El consell comarcal i l'ajuntament fa moltes coses però que no compten prou amb el teixit empresarial i una taula amb el sector privat i que es prenguin compromisos.
- La restauració a nivell comarcal no està coordinada, el gremi està inactiu i el comerç i la restauració col·laboren poc. També falta coordinació a nivell del comerç amb altra associació de comerciants, Botigues de Fabrica.
- Hi ha solapament d'accions per manca de coordinació. Caldria un calendari virtual global. Falta lideratge, endreçar i coordinar i promocionar.
- A Igualada li cal més establiments d'allotjament, l'hotel Amèrica està molt vell, el Canaletes serveix per a rodatges ja que està ancorat en els anys 40.

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Daniel González, Anoia Patrimoni (26 de setembre)

- Anoia patrimoni és una empresa de guiatges formada per historiadors. Tenen dos tipus de clients: escolars i el públic familiar. Aquest segon grup són famílies grans, de mitjana edat que tenen motivació pel coneixement cultural i que venen en caps de setmana. Solen ser catalans. Esporàdicament també hi ha algun client estranger entre setmana.
- El client estranger que visita la comarca i s'allotja en cases de turisme rural solen visitar els recursos més propers i fàcils (castell de Claramunt, Museu de Capellades, Museu de la pell d'Igualada).
- La seva oferta és de visites guiades a nuclis urbans, equipaments culturals no oberts al públic i també gestionen recursos més coneguts com l'abric romaní o el castell de Claramunt.
- A l'Anoia hi ha 50 castells documentats molt interessant a nivell històric. Només 10 tenen prou estructura per poder ser visitables i alguns d'ells són en mans particulars. La demanda de visites a Castells està en davallada!
- Les necessitats de la comarca són agències receptives que puguin paquetitzar l'oferta i fer comercialització i també falten allotjaments a Igualada (actualment hi ha hotels petits amb molts bons serveis, un alberg amb molts bons serveis i la resta necessiten renovació, no hi ha terme mig i a més hi ha poques places globalment).
- Falta coordinació i unir esforços: cada terra fa sa guerra!

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Josep Ustrell, coordinador àrea d'emprenedoria, comerç i turisme de l'ajuntament d'Igualada (4 d'octubre)

- Igualada es un ciutat molt activa on hi passen coses durant tot l'any. Aquests esdeveniments (ex. Fira del Turisme) han posat la ciutat al mapa del país a nivell turístic i quan els allotjaments de la ciutat i de la comarca se'n beneficien.
- Igualada té empreses importants com Buff, Punto Blanco i Sita Murt que es podrien vincular amb el turisme.
- Igualada és una ciutat rica culturalment: modernisme, Museu de la pell, Museu dels traginers (privat), festivals artístic-culturals: Zoom (TV i plataformes digitals (fotografia), la Mostra d'Igualada (fira de teatre), Premi ciutat d'Igualada (creació artística). També hi ha esdeveniments de l'àmbit esportiu (Volcat, Balloon Festival).
- A nivell d'allotjament fa dos anys va obrir l'alberg de Cal Maco (que és municipal), hi ha l'hotel Amèrica, el Canaletes (molt degradat, hi fan rodatges de pel·lícula), Cal Roure a la plaça de l'ajuntament i el Somiatruites al REC. Hi ha un projecte de rehabilitació de l'hotel Ciutat d'Igualada. No hi ha molta oferta d'allotjament però ha és sobretot per les empreses, el mes d'agost no omplen. Omplen més fora de l'estiu i quan hi ha esdeveniments.
- La comarca té molts municipis petits amb poca capacitat per executar projectes, normalment ho deleguen al consell comarcal.
- El camí Ignasià (l'Anoia està cap al final del camí) i el camí de Sant Jaume (l'Anoia està cap al principi del camí) són dues rutes interessants que ens posen al mapa. S'ha creat una Associació de Municipis pel Desenvolupament del Camí Ignasià amb un pla d'accions (gestionat pels jesuïtes). Les etapes de Igualada-Montserrat (etapes 25 i 26) són fàcilment paquetitzables. Són dues etapes de 25km aproximadament: arribada a Igualada (en tren o bus), passeig, sopar i allotjaments. El dia següent etapa fins a Montserrat (esmorzar a Castellolí, dinar al Bruc i a la tarda arribada a Montserrat), sopar i allotjament. El dia següent esmorzar a Oller del Munt, Manresa, visita a la Cova de Sant Ignasi i tornar cap a casa (en tren o bus).
- La via blava és un projecte clau a nivell comarcal (250kms, 7 comarques, 49 municipis). El 2025 s'obre el tram de Jorba fins a La Pobla (passant per Igualada, el REC). Cal fer xarxa de camins per fer en bici i que connectin amb aquesta via.
- Dins d'un PSTD que es va aconseguir, amb 3M€, s'estan fent millores turístiques al barri del Rec. S'ha creat una ruta peatonal per descobrir els edificis (RECorre) i peatonalitzar alguns carrers, i s'ha invertit en La Igualadina Cotonera per obrir-ho al públic com a centre d'interpretació. També s'està digitalitzant Cal Gual i modernitzar la visita del Museu de la Pell i hi ha també un projecte de millora de la il·luminació del barri.
- Mancances que té la comarca a nivell turístic: sensibilització del sector, de la població i dels agents públics que no acaben de creure en el turisme com a sector prioritari. Cal més formació dels agents del sector. Calen agències receptives per paquetitzar l'oferta.
- Caldria que Anoia turisme tingués més taules de treball amb el sector privat, calen més espais de debat i més coordinació ("som un ou ferrat i no una truita").

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Belen Atienza i Bet Parramon, de B&B intervencions (4 d'octubre)

- Anoia en transició és un projecte de reactivació d'espais buits de comerç i artesanía que vol posicionar la comarca a nivell de l'artesanía contemporània.
- Artesanía és un projecte transversal dins d'Anoia en transició, que també té vessant turística. El conformen 4 municipis: Sant Martí de Tous, Copons, La Llacuna i Calaf està valorat per entrar també a formar part del projecte però cal veure si compleixen amb els requisits i les obligacions.
- Volen que l'artesanía sigui un actiu turístic i també una oportunitat per territoris rurals que generin ocupació, omplin espais comercials buits i generin un flux d'artesans. Volen atreure nous creadors i promoure els pobles petits de l'Anoia com espais on viure i treballar. A la web Artesania.cat hi ha 20 creadors (10 municipis, no només dels 4 que conformen el projecte).
- Esdeveniments que generen: el 18 d'octubre 2025 hi ha la Fira Singular de Cultura Artesana a Copons i al novembre hi ha un cap de setmana de tallers oberts.
- No tenen cap acord amb el REC.0 per donar visibilitat als artesans. A futur!
- Participen en projectes a nivell català per donar a conèixer l'artesanía local, amb l'AFAD, i també en la xarxa Residències. També en el bus a cegues de la setmana de la indústria de la XATIC.

ACTA DEL PLE

Juny 2026-001 Data: 02/03/2026

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Anna Marsal d'UEA Turisme (4 d'octubre)

- L'Anoia té diversitat d'activitats i de tipologies d'allotjament. Hi ha interès en treballar, per part del sector turístic, en el sector MICE.
- No existeix cap lloc on trobar l'agenda de tot el que passa a la comarca a nivell d'oci i turisme (activitats i esdeveniments) i això provoca que a vegades no es facin accions interessants per manca de temps. Caldria sincronitzar les agendes en un sol espai web.
- El sector privat està format sobretot per empreses petites i això els dona agilitat però per altra banda falta professionalitat perquè hi ha empreses on l'activitat és secundària.
- La comarca té poca identitat turística i falta que el propi territori es cregui que el turisme és una activitat que aporta riquesa. Falta més unitat comarcal (territori) i més coordinació entre tots plegats. Cal explicar que fem moltes coses!
- Tenen una pàgina web de l'associació Visitanoia que és un paraigües per les activitats dels seus socis. No fan promoció del territori. La sectorial de turisme incloïa (allotjaments, empreses d'activitats i cellers). No hi ha restaurants a l'associació (hi són alguns allotjaments que tenen cuina com el Somiatruites i l'hotel Robert).
- Com associació fan accions específiques que interessin a uns quants associats i llavors accions més genèriques per tots els socis. Coses que han fet: campanyes de promoció, van editar una guia per donar a conèixer l'oferta dels cellers de la comarca, en el seu dia van crear l'arròs paperer vinculat a Capellades però no va funcionar i ja no s'ha fet.
- Caldria que hi hagués agències receptives a la comarca. Hi ha poca col·laboració entre sectors, per exemple els cellers no col·laboren amb els restaurants (no hi ha un bon faci d'interlocutor).
- La sectorial participa a la taula d'Anoia Turisme (reunió mensual). Tot i això troben a faltar poder debatre sobre les accions que es fan, sobretot les accions de promoció, els agradaria tenir retorn de les accions que es fan.
- Han fet enquestes per conèixer el nivell d'ocupació i també la tipologia de visitant.
- Caldria potenciar: via blava, turisme de negocis (MICE) i Anoia ebike land. Terra de Castells no és un producte que tinguin clar els privats perquè hi falta estructura.

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Rocio Giraldez, oficina tècnica de la gerència de turisme de la Diputació de Barcelona. Referent de la comarca d'Anoia

- L'Anoia té tres zones diferenciades: el bosc, el secà i la vinya. El bosc seria la zona d'Igualada cap a la Llacuna, el secà seria la part de l'Alta Anoia que mira a la Segarra, el turisme rural i un territori cohesionat a nivell empresarial. La vinya seria el sud de la comarca que mira al Penedès. Zona molt paisatgística, vertebrada pel riu. D'aquesta zona estan fent molta bona feina.
- L'Anoia és una comarca amb molts petits recursos però poc coneguda. A poc a poc però es fan les coses bé. Es promou l'slow tourism i l'oferta s'està especialitzant més i més sentit.
- Hi ha molta tradició d'esmorzars de forquilla, també de bicicleta. Es una comarca de pas amb molts hostals de camí (fondes). *Parada i fonda Anoia* és un lema de la comarca d'Anoia.
- Productes: El cigronet és un producte de la comarca interessant però hi ha pocs productors, el vi, l'oli, el préssec del sud de la comarca, els embotits (Es coneguda a nivell de Calaf).
- El Bruc està a la falda de Montserrat, oli i vinya. Sovint no es considera Montserrat com part de l'Anoia però ho és, les faldes de Montserrat pertanyen al Bages, Aiguas de Llobregat. Oliveres de Sant Genís a Jorba, a prop d'Igualada.
- Els grans recursos turístics són: el riu (rutes a peu i en bicicleta), els castells, el turisme industrial i els pobles amb encant (copons, Tous, La Llacuna).
- Hi ha allotjaments interessants: La Isla Verde, la Torre Nova, Can Alemany i Can Morei tenen molt client estranger. El Somiatruites, Cal Carulla, EcoMaquefa, Caelus...són allotjaments de qualitat i diferencials. Igualada té poc allotjament.
- Terra de castells està a les 3 zones esmentades, perquè té a veure amb la franja frontera dels comptats catalans.
- La situació dels castells és variada: els castells de Tous i les llegendes, Castell de Montbui molt bones vistes, castell de Claramunt el més explotat i visitat, el castell de Mirambell visites i s'aprofita per descobrir el retaule gòtic del segle XIV de l'església, el castell de Piera és privat, el castell de Mirambell s'ha rehabilitat fa poc....

ACTA DEL REUNION
Número: 2025/0001

Data: 02/03/2026

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Jordi Marcè, regidor de turisme de l'ajuntament d'Igualada (4 de novembre)

- La regidoria de turisme de l'ajuntament d'Igualada neix fa cinc anys sota el paraigües de promoció econòmica, la ciutat comença a creure en el turisme com a promoció econòmica. Can maco és un alberg nou municipal que es va fer pensant que fos un alberg de peregrins pel camí ignasià i pel camí de sant Jaume. També hi ha un equip de turisme amb 3 persones (tècnic, cap de servei i suport).
- Ofereixen visites guiades a Igualada a través de l'oficina de turisme i de la web: Igualada ignasiana, les muralles de la ciutat i la Igualada modernista.
- Volen que els visitants generin activitat econòmica, mengin, dormin, deixin retorn econòmic. Van fer un vídeo de promoció turística "el turisme comença en el nostre comerç".
- La Via Blava és molt important a nivell estratègic, ja que és una estructura de comunicació per locals i visitants.
- El comerç és l'ambaixador de la ciutat. Hi ha una política de promoció de la ciutat a través del comerç i dels esdeveniments per posar la ciutat al mapa, la ciutat que hi passen moltes coses.
- Falta més coordinació entre els tècnics de l'ajuntament i els comarcals. Creuen que la visió d'Igualada s'ha de tenir en compte ja que a porten molt a nivell comarcal i coordinen amb els empresaris de la sectorial Anòia Turisme i també amb l'associació de botiguers quan hi ha esdeveniments, tot i que a la sectorial no hi ha ningú i tampoc hi ha cap gremi que els aglutini. El sector és molt individualista.
- Pel REC.0 visiten Igualada 100.000 persones en 4 dies, per l'European Balloon Festival 30.000. Hi ha d'altres esdeveniments importants: la Mostra de Teatre, el Festival d'Art...també hi ha activitats gastronòmiques com el Va de foodies (festival de tendències que té lloc al juny).
- S'estan portant a terme projectes per millorar la ciutat per fer-la més atractiva als residents i visitants. Ex. S'està re-naturalitzant alguns espais, millorant el centre...l'objectiu és que Igualada sigui una ciutat amable, amb bons serveis (aparcament, parcs, gestió de residus...), endreçada, i on hi passin coses.
- La comarca és molt diversa, té molta oferta de recursos i serveis. És una comarca rural, tranquil·la amb artesans i productors. Els visitants que visiten l'Anòia busquen tranquil·litat, anar amb bici, a peu, visitar alguns recursos, fer algunes experiències (globus, cata de vins...).
- Cal vendre el que tenim, la senzillesa i autenticitat.
- Els castells no són prou interessants com per ser el centre de l'oferta, són un complement.
- L'Anòia és una comarca ideal per fer turisme "slow" i per recórrer en bicicleta. Sobretot la bicicleta elèctrica té molt potencial. No és una comarca abrupta a nivell de terreny això ajuda a poder-la fer ciclable. L'Anòia està ben ubicada respecte la platja, la ciutat de Barcelona i el Pirineu.

ACTA DEL PLE

Junyero: 2026/0001 Data: 02/03/2026

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Laura Carulla, propietària de Can Carulla (29 de gener)

- Tenen diverses cases de turisme rural, en total 24 places d'allotjament a Pujalt. El client són parelles i famílies que no surten massa de les cases. El 90% són de l'àrea metropolitana. Tenen alguns clients estrangers (holandesos, alemanys i francesos sobretot), especialment la segona quinzena de juliol. Hi venen per la bona per descansar ja que és un lloc tranquil que els permet passejar i veure la Catalunya rural, busquen l'autenticitat.
- Als clients que té sempre els envia prèviament informació del que fer o visitar a l'Anoia i altres comarques properes ja que estan ubicats al límit de la Segarra (els a el mapa Turístic de l'Anoia inclogués les carreteres i principals poblacions de les comarques veïnes).
- Estan dins del PIT però sovint té dificultat per saber els horaris dels recursos, estaria bé tenir algun lloc actualitzat amb l'agenda i calendari per saber cada dia què què hi ha d'agenda. El mateix els passa amb els restaurants i botigues, no saben si estan o no oberts. Al final donen la informació al client perquè hi truqui.
- L'Alta Anoia no participa de diversos dels grans projectes de la comarca, com la via blava o els castells.
- Al poble hi ha dos recursos, el Memorial i l'Observatori, però estan més pensats per escoles que per client vocacional, hi passen coses de dilluns a divendres.
- Malgrat el paisatge que tenen és més com la Segarra volen ser Anoia i província de Barcelona. La seva ciutat de referència és Igualada. L'Alta Anoia fa 20 anys f coses a nivell turístic però ha quedat aturat.
- Ca posicionar la comarca com una zona rural no massificada i autèntica, meca de les muntanyes de Catalunya, destí verd i ecològic, terreny rural amb elements ind millorar la web comarcal i que sigui més útil per trobar la informació rellevant.
- Hi ha una ruta per fer en bici (BTT o e-bike) dels cinc pobles de pedra: La Guàrdia Pilosa - Conill - Pujalt - l'Astor - Sant Joan de Vilamajor (<https://anoia-365.com/pobles-de-pedra>)
- Té la sensació que en la part de l'alta Anoia no passa res, les esglésies estan tancades, no són al PACO, no estan connectats a la via blava, no són dins l'e-bike land, e
- Per millorar la visita de les esglésies es podria fer un QR amb informació del que hi ha a l'interior (que es pugui veure el més interessant sense a haver-hi d'entrar ha personal per ensenyar-ho).
- En la seva zona hi ha molts molins per fer electricitat. Creu que no han impactat en el turisme de forma negativa (del defecte n'han fet virtut. Repte: ruta de verdes per potenciar-ho més). Per altra banda seria bo que la població local que té aquest tipus d'instal·lacions tinguessin alguna contraprestació en el servei elèctric pagar la llum més barata o tenir-la gratuïta ja que aguanten l'impacte de les instal·lacions al seu territori.

AGENCIADORA DE TURISME
AGENCIADORA DE TURISME

Núm. Reg. 2026-0001 Data: 02/03/2026

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Raquel Serra, coordinadora de la Mancomunitat d'Òdena (21 de gener)

- La Mancomunitat d'Òdena (MICOD) inclou a 7 municipis: Igualada, Vilanova del Camí, Santa Margalida de Montbui, Òdena, La Pobla de Claramunt, Jorba i Casp. Ha estat creada per crear fa 20 anys i té diversos àmbits d'actuació: promoció econòmica, àmbit social, medi ambient. Hi ha actualment 7 persones treballant-hi (porten temes de promoció econòmica, de neteja de rieres, de recollida d'animals i mil coses més).
- Igualada té el 60% de la població de la conca i el global de la mancomunitat són el 65% de la població de la comarca.
- L'Anoia té tres zones diferenciades a nivell geogràfic, la zona central és la conca d'Òdena on s'hi concentra l'activitat industrial.
- La via blava és un projecte important. Òdena i Castellolí no tenen riu i s'ha fet connexió (riera d'Òdena ja esta acabada i riera Castellolí-Òdena-Vilanova- La Pobla s'acaba a finals del 2026).
- No tenen relació amb Anoia Turisme ni contacte amb el sector privat turístic de la comarca.
- A nivell turístic la mancomunitat ha treballat diversos projectes:
 - Rutes BTT per infants
 - Ruta de l'aigua (per fer a peu al riu Anoia
 - Didàctica del parc fluvial, activitats per fer a prop del riu i guia de fauna i flora del riu (<https://www.micod.cat/turisme/didactica-del-parc-fluvial/guia-de-flora-i-fauna-del-riu-anoia.html>).
 - Les 7 meravelles (els 7 principals recursos visitables en la zona)

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Marc Talavera, president d'Eixarcolant (3 de febrer)

- El Col·lectiu Eixarcolant és una associació sense ànim de lucre que neix a Igualada amb l'objectiu de documentar i recuperar espècies silvestres i varietats tradicionals de plantes i els seus usos per transformar el sistema agroalimentari.
- Tenen diverses àrees: socis (que paguen una quota, alguns només s'informen i altres dinamitzen projectes i tenen un rol actiu), la justa directiva (que s'ocupa de la gestió global) i els tècnics que hi treballen amb nòmina i porten a terme diversos projectes. Tenen un arborètic i un banc de llavors, fan recerca, etc.
- Eixarcolant organitza activitats de tipus divulgatiu a través dels nodes que tenen a tot Catalunya (fan més de 400 activitats anuals). A Jorba hi tenen la seu i també un forn, el banc de llavors i alguns horts. No hi ha sistema de visites regular sinó que fan visites puntuals en dies concrets.
- Cada últim cap de setmana de setembre organitzen la Jornada de les plantes oblidades a Igualada. Es una jornada lúdica amb fira, música, teatre, conta contes i d'etnobotànica, tastos, passejades, tallers...hi ha 120 activitats en diversos punts de la ciutat (Ateneu, Centre cívic, via pública..).
- Eixarcolant és l'oficina tècnica del Parc Agrari de la Conca d'Òdena PACO). El PACO no és un espai físic sinó un espai de governança que va néixer fa 5 anys (Eixarcolant és l'impulsor). El seu focus està en potenciar l'activitat del sector primari. En formen part 15 ajuntaments + productors i elaboradors i tenen "nodes posteriors" de comerç, la restauració i el turisme. El PACO té un pla d'accions anual i alguns dels projectes en què treballa ara és fer un obrador compartit, centralitzar comandaments a Igualada (2026). Fan una mostra de productors (itinerant, ja porten 7 edicions), ruta tast del PACO (4a edició) per tastar i descobrir els que en formen part i fer promoció i comunicació.
- A nivell de comarca hi ha alguns productes singulars però que tenen molt poca producció (ex. cigronet de l'Anoia, tomàquets de Copons) i per això és més interessant conèixer els productors que ofereixen visites.
- La comarca no té grans atractius culturals o naturals però hi passen moltes coses. Per un turisme familiar o que busqui tranquil·litat hi ha moltes coses a fer.
- El camí de sant Jaume i de Sant Ignasi tenen poc interès paisatgístic. La via blava és un projecte més interessant perquè pot ajudar a dinamitzar la comarca i connectar-la amb els visitants i per la pròpia població.

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Pere Massana, associació Alta Anoia i alcalde de Pujalt (20 de febrer)

- Alcalde de Pujalt que també té una casa de turisme rural (Casa Mestres) i és agricultor de professió i fa cigronet i d'altres llegums.
- A nivell turístic Pujalt té l'observatori astronòmic i meteorològic (obert cada dia de la setmana amb moltes visites d'escolars) i també el Memorial de l'exèrcit po horaris, cal visita concertada, és una visita a l'aire lliure i depèn, per tant, del temps).
- Dins del municipi, amb diversos agregats hi ha diversos castells, tots en runes: a la Guàrdia Pilosa hi ha unes runes, el castell de Pujalt o castell de la Mota també el Castell de Montesquiú, prop de l'Astor, que també està en runes. Calen més diners per poder recuperar, millorar i gestionar les visites als castells. El consell d'ajudar als ajuntaments a buscar els recursos.
- Fa uns anys es va crear una cooperativa per unir la feina dels productors però no va funcionar. El cigronet costa ja que hi ha poca producció i hi ha hagut seqü anys. Per altra banda el mercat hi té interès creixent (en els llegums en general). Té potencial, caldria més promoció i que els restaurants de la comarca s'ho cre donessin a conèixer: "dijous paella, divendres cigronet". Es un producte singular que només es fa a l'Anoia i caldria implicar-hi la restauració per donar-ho a conè
- No són al PACO ja que es va crear per protegir els espais agrícoles de la conca d'Òdena.
- El Consorci de Promoció Turística de l'Alta Anoia es va crear perquè el territori de l'alta Anoia a nivell turístic anava a una velocitat diferent de la resta de Diputació de Barcelona hi donava suport i des de fa anys que està inactiu. El paisatge de la zona és més com la Segarra, és l'Anoia cerealística, alçada, bosc agrícola de secà. A l'alta Anoia es creu més en el turisme que a la resta de la comarca perquè són agrícoles i van patir la crisi del cereal i es van espavilar am rural. La Conca d'Òdena, en canvi, inclou Igualada i tota la conurbació industrial i el sud de la comarca és més assimilable al Penedès.
- El Consorci té un edifici molt interessant a Prats de Rei amb cuina i obradors compartits.
- La comarca està a dues vegueries, a la Catalunya Central i a la del Penedès. Segons per quin tema han d'anar a uns servies territorials o altres. Així salut i educaci la vegueria de la Catalunya central però per agricultura pertanyen al Penedès.
- El 80-90% dels visitants provenen de Barcelona i àrea metropolitana. Els interessa més "vendre's" com Alta Anoia que com Alta Segarra (Segarra sembla més Barcelona).
- Molts dels projectes tractors de la comarca no els arriben i això fa que se sentin que no en formen part. A més dins la comarca hi ha moltes velocitats diferents.
- Les grans rutes (camí de Sant Jaume, camí de Sant Ignasi) no acaben de funcionar bé pels allotjaments perquè són d'una sola nit. Igual passa amb els esdevenime
- L'Anoia és una comarca amb molt potencial per a fer-hi activitats. Tot i això falta més promoció per portar gent fora de temporada.
- Hi ha recursos que cal potenciar perquè es puguin visitar entre setmana: botigues de Calaf, memorial, observatori...
- Falten receptius que portin visitants entre setmana a la comarca. Caldria disposar d'una bossa de guies per poder compartir entre recursos diversos i així poder visites a recursos menys coneguts.
- Cal crear el relat i potenciar la identitat de l'Anoia a nivell turístic.

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Anna Busquet, La Bicicleta (21 de febrer)

- Empresa de lloguer i guiatge en bicicleta elèctrica. Fam publicitat per Instagram i a través del Club Super (famílies on els nens no paguen).
- El públic privat ha baixat molt des de l'estiu (no sap si és perquè la gent s'està comprant a títol personal bicicletes elèctriques)
- Han pujat amb empreses entre setmana amb grups grans. Treballen força amb l'hotel de La Garriga de Castelladral (porten les bicis fins allà i fan una ruta circular). També amb empreses d'Osona que fan teambuildings. També amb el celler Fargas Fargas (Bages), pedalant entre vinyes.
- Tenen instituts que els lloguen bicis, no elèctriques, i sense guiatge. Ells fan de cotxe escombra. IES Igualada fan un tros de la ruta dels castells de la Segarra tot el dia. IES el Castell d'Esparreguera també els lloguen les bicis (fan un circuit a l'institut en grups de 15). hi ha un mòdul d'esports i els lloguen les bicis.
- Per ells la temporada és la primavera i la tardor perquè a l'estiu fa molta calor i la gent busca aigua i no sortides en bici.
- El turisme rural de la comarca no els hi envia gent amb excepció de Vila Caelus a Rubió (quan funcionaven com hotel) i Menta Rural (ara Casa Pardal) a Sant Pere Sallent.
- L'alta Anoia no té res a veure amb la resta de la comarca, ni paisatgísticament ni de manera de fer. Tot i que se sent de l'Anoia i valora molt el suport rebut del Consell Comarcal de l'Anoia coneix més el territori de la Segarra i el Solsonès que el sud de l'Anoia.
- Calen més rutes marcades (la xarxa de camins senyalitzada) i enllaços per arribar a la via blava des de més llocs.
- Cal més comunicació i promoció turística de la comarca. Costa arribar al client potencial. Caldria una bona campanya de promoció.
- Les botigues de Calaf és un recurs interessant. Venen autocars a veure-ho però a la seva empresa no li aporta res perquè són autocars de gent gran. Es promocionaria més si podria tenir més impacte si fessin promoció i ampliessin horaris de visita.
- Hi ha 10 rutes per fer en bici (rutes e-bike de l'Anoia) que es promocionen a través de wikiloc. D'aquestes n'hi ha 4 que estan vinculades a Anoia Terra de Castells. També comencen davant d'una estació de tren (excepte la ruta de La Llacuna). Cal fer-ne més promoció.
- Cal potenciar més el segment MICE, que té diners, fa activitats, menja fora i ve entre setmana. Els hotels que treballen aquest segment treballen molt i els aporten clients. Oller del Mas i la Garriga de Castelladral.

PRINCIPALS IDEES DE LES ENTREVISTES

Cristina Rojas, Can Alemany (24 de febrer)

- Can Alemany és un allotjament que consta de 5 apartaments de dues habitacions i 5 apartaments d'una habitació. L'estada mínima són dues nits.
- A l'estiu (juliol i agost i setembre) té client estranger: holandès, belga, alemany. Fan estades d'una setmana. Solen ser famílies amb nens. El client holandès els troba a través d'una web (Nice2stay). Normalment són visitants que han fet una setmana a la costa i volen fer una setmana d'interior, en un espai tranquil, amb pisos petits i boniques. Solen anar a Gorg del Nafre a la Tossa, fan ruta circular i dinen.
- En els seus apartaments petits (1 habitació doble) s'hi sol allotjar persones que volen fer-hi estades més curtes i que fan reserves a última hora, solen venir de l'àrea metropolitana.
- Els caps de setmana hi ha barreja de públic local (del país) i estranger.
- Entre setmana tenen públic d'empresa (tot i que no és un allotjament ideal per aquest client ja que no ofereixen servei de restauració).
- També tenen lloguer de llarga estada (1 o 2 mesos). Poden ser persones que necessiten marxar de casa seva perquè els estan fent obres o perquè treballen fora de llarga.
- Dona documentació als clients que han fet ells i està traduït a diversos idiomes amb el que es pot fer en la zona. El manual de l'amfitrió del PIT estaria bé si fos en català i castellà. En general costa menys recomanar natura que visites culturals. Alguns recursos culturals no ofereixen visites en anglès o francès. Igualment passa als restaurants que no ofereixen menús d'idiomes en general a la comarca.
- Caldria fer accions per captar més client estranger ja que fa estades més llargues.
- L'Anoia té avantatges com estar ben ubicat, no ser molt car, bona atenció. El client hi va per proximitat tot i que en tenen de fidelitzat. Per captar-lo està a bookins i ofereix paquets/caixes regal.
- Caldria millorar la xarxa de camins per fer a peu i connectar més les poblacions amb carrils bici (mobilitat sostenible). Els agradaria tenir més grups de bici. Voldria una auditoria per part d'Anoia Turisme per adequar els espais a les bicis però no hi ha hagut feedback.
- Posaran un carregador elèctric però de moment si li demanen envia els vehicles a Igualada i a Montbui.
- Cal dinamitzar el comerç d'Igualada i millorar la ciutat en general que està poc cuidada. El centre d'Igualada no és atractiu, no hi ha carrers peatonals, no hi ha parcs, no hi ha terrasses (excepte la plaça de l'ajuntament). El comerç està en decadència. Els clients de l'allotjament si van a Igualada és més aviat per restauració que per comerç.
- Pel que fa als esdeveniments els va bé la Volcat llarga ja que té assistents fidelitzats que venen uns dies abans i es queden després (públic de fora i aprofiten que venen per Setmana Santa). Del REC.0 té sobretot empreses. L'European Balloon Festival els porta pilots que els reserva l'ajuntament directament. El client que ve a Igualada al Balloon Festival no es queda, només ve a passar el dia.
- Al Castell de Tous hi va un visitant molt internacional (americans, anglesos) a fer-hi celebracions. Es solen allotjar a Tous (Cal Fuster o Ubareda) i quan estan a Tous s'hi va a Igualada ampliant la zona i a vegades els arriben clients d'aquestes celebracions. Aquests tipus de grups (de més de 30 persones) volen els àpats i llavors contracta càterings (Càtering mòbil, Càterings singular, Sushi Català). A la planta baixa de Can Alemany tenen un menjador i hi solen tenir alguna cosa per menjar molt bàsiques (pizza congelada, pasta, etc).

ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

7.

ANNEXOS

7.1 Entrevistes realitzades

7.2 Resultats de la sessió de tr

7.3. Accions recomanades, que
depenen de turisme

Sessió de treball

1) Assistents: (16)

Jordi Reixachs, Blanca Vich, Daniel González, OIT, Laia, Josep Ustrell, Anna Marsal, Rocío Giraldez, Raquel Serra, Pere Massana, Cristina Rojas, Bet Andreu, Cristina Noguera i Imma Espel.

S'excusen: Laura Carulla de Cal Carulla, Bet i Belen de B&B intervencions, Jordi Marcé de l'ajuntament d'Igualada i Dani Gutiérrez, conseller de turisme del CC Anoia.

L'Anna Busquet de La Bacicleta no va assistir perquè, per error, no se li va enviar la convocatòria de la reunió.

Lloc: Cal Maco, Igualada

Data: 13 de març 2025

Durada: de 10 a 12h (2 hores)

Desenvolupament de la sessió:

1. Exposició i discussió de la diagnosi
2. Treball, a través d'un Mentimeter, sobre els mercats, segments i productes actuals i els potencials més estratègics.
3. Discussió final

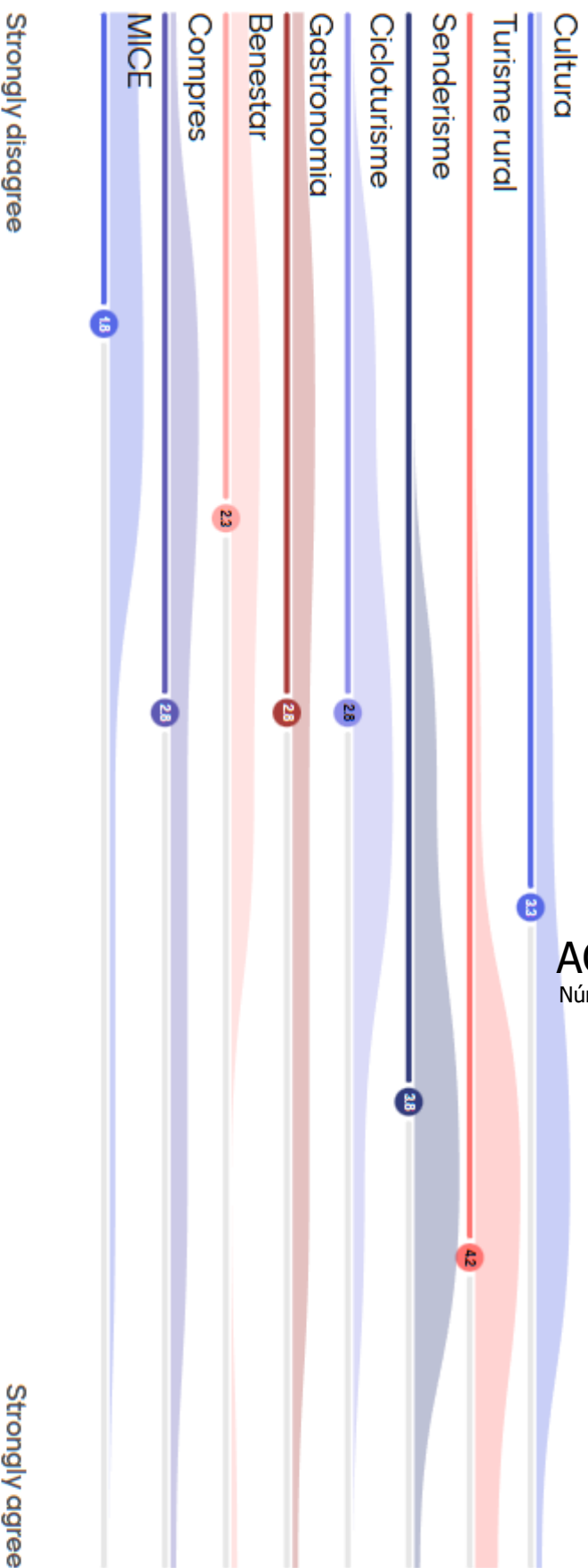


ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Quins són els productes turístics més desenvolupats actualment

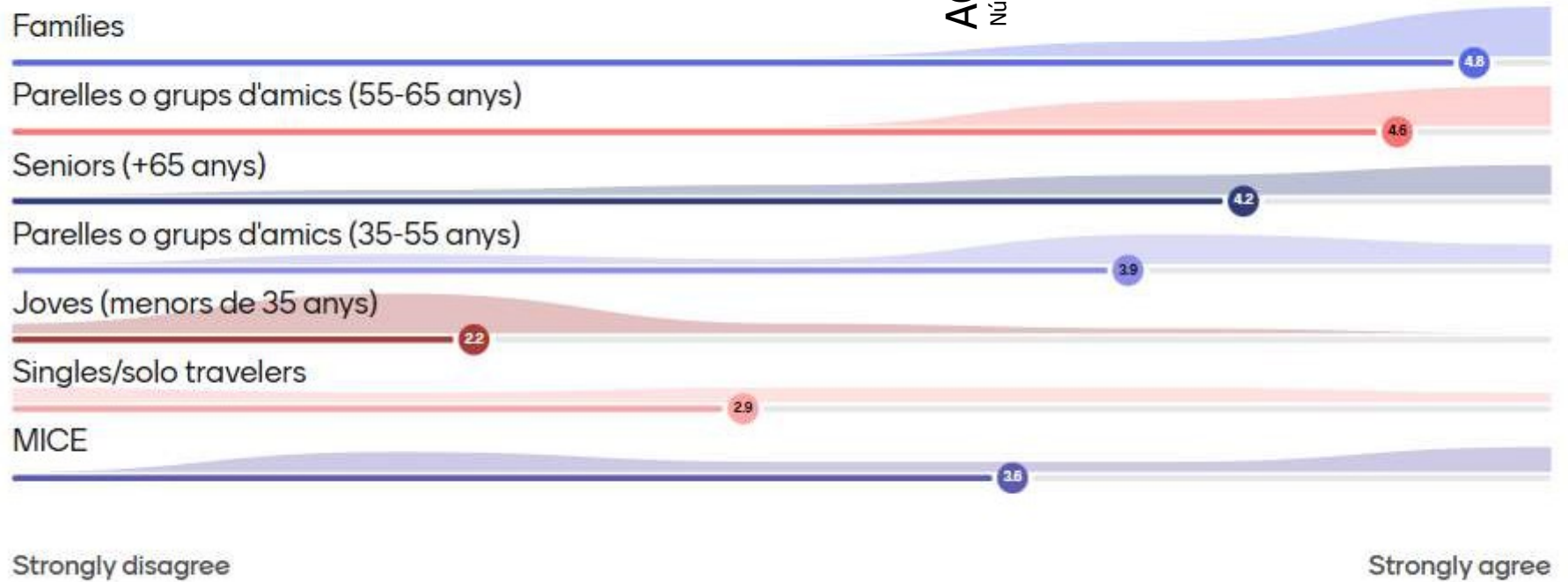
ACTA DE L'PLE
Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026



Perfils sociodemogràfics prioritaris

ACTA DEL PLE
Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

Aquesta pregunta fa referència a perfils democràtics de la demanda desitjada o potencial



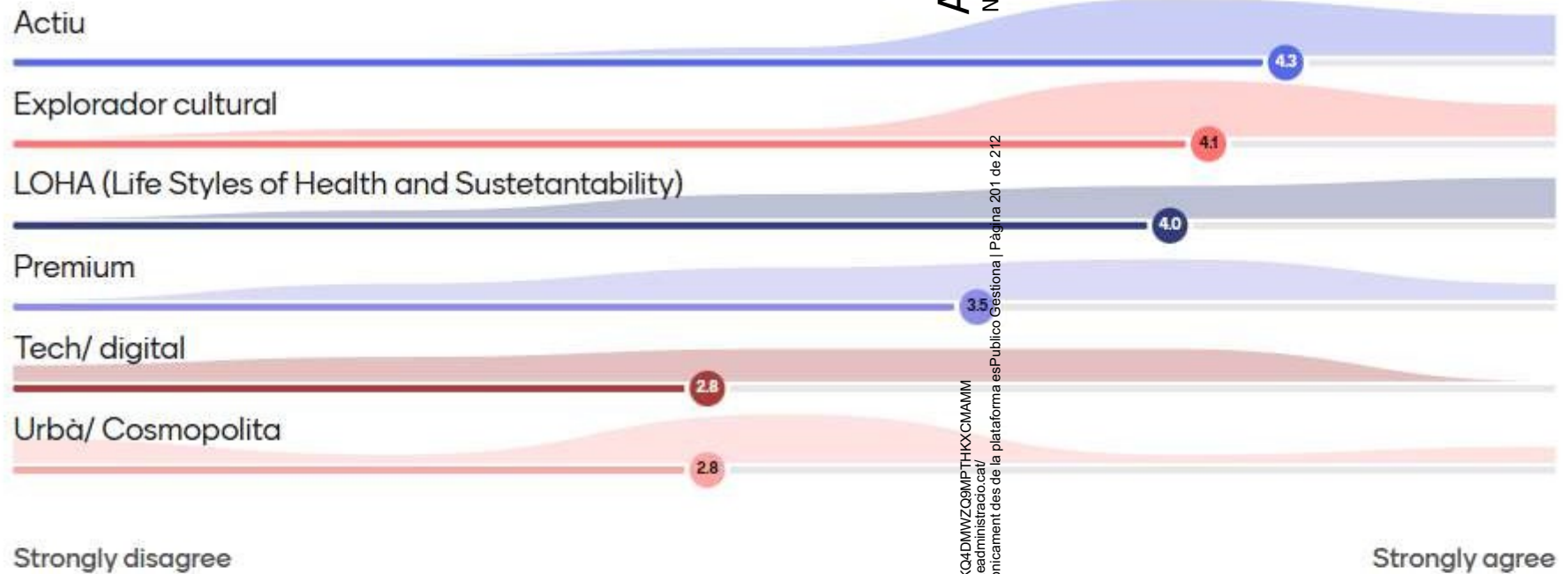
Estils de vida preferents



ACTA DEL PLE

Data: 02/03/2026
Número: 2026-0001

Aquesta pregunta fa referència als estils de vida preferents de la demanda desitjada o potencial



Codi Validació: 4ZQNNKQ4DMWZ09MPTHKXCMAMM
Verificació: <https://anoia.eadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 201 de 212

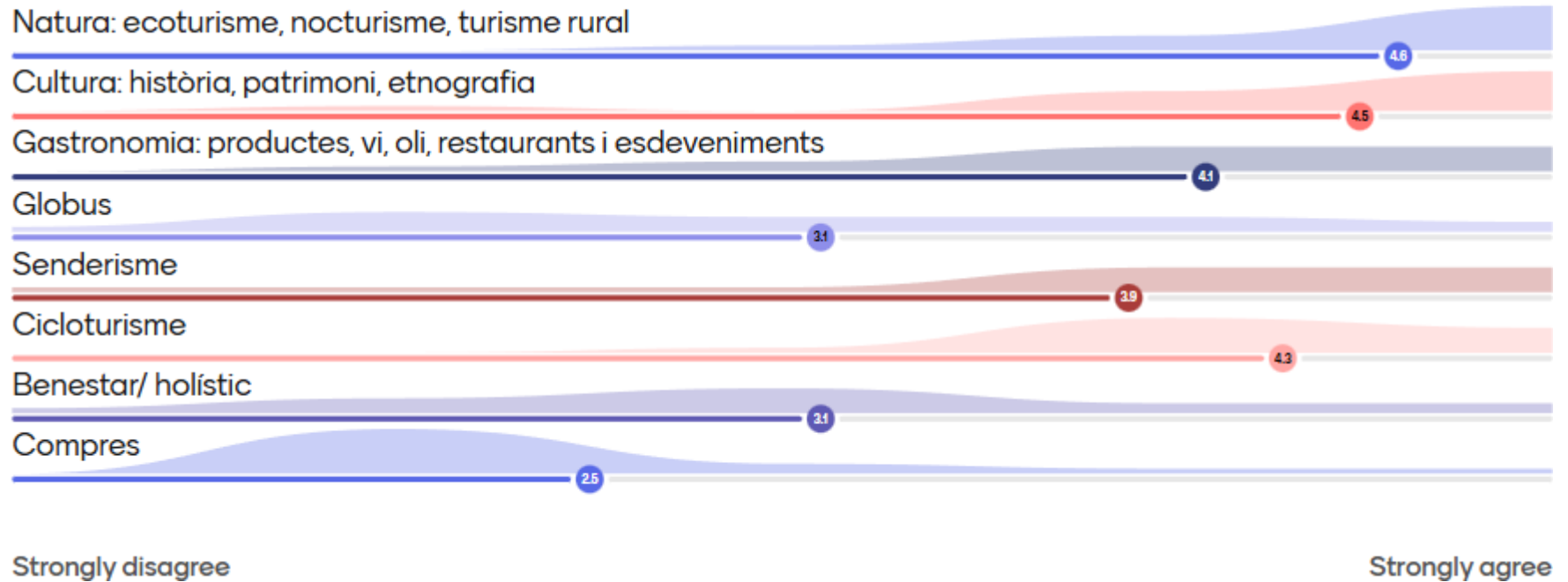


ACTA DEL PLE
Número: 2026-001
Data: 02/03/2026

Interessos i motivacions



Aquesta pregunta feia referència als interessos i motivacions de la demanda desitjada o potencial



7.

ANNEXOS

7.1 Entrevistes realitzades

7.2 Resultats de la sessió de treball

7.3. Accions recomanades, que
depenen de turisme

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

Millorar la gestió dels recursos visitables menys coneguts



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Hi ha diversos recursos a l'Anoia que tenen interès turístic, però que tenen horaris poc adients per a tenir visites, per motius diversos. En general, és un peix que es mossega la cua, si no hi ha horaris ni gestió ni promoció tampoc s'incrementa el número de visitants que farien rendible o menys deficitari el servei que podria incrementar el personal per tenir més gestió i més promoció. En aquest sentit, cal veure cada cas i trencar aquest cercle viciós.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la visibilitat i atractiu dels recursos menys coneguts de l'Anoia, integrant-los en l'oferta turística comarcal. • Garantir una gestió sostenible i de qualitat que preservi el patrimoni i l'entorn mentre es maximitza l'experiència del visitant.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Hi ha diversos recursos turístics visitables públics a la comarca (com per exemple el Observatori de Pujalt o les botigues museïtzades de Calaf, per exemple) que podria millorar pel que fa a la seva gestió (disposar d'horaris i servei) així com també millorar la seva promoció per atraure més visitants. Diverses maneres de millorar la gestió i promoció d'aquests recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cerca de finançament per part dels municipis i contractació de personal propi. • Externalitzar la gestió fent un conveni amb una entitat o empresa que s'ocupi de les visites, comunicar, promocionar i comercialitzar (si es tracta de DMCs). • Establir convenis de col·laboració amb empreses locals que tinguin vinculació amb el turisme (restauració, allotjaments, activitats) per fer promoció creuada i atreure a més visitants. • Digitalització i màrqueting online (webs, apps i xarxes socials que generin visibilitat i reduït). • Voluntariat (aprofitar recursos humans locals per a visites guiades i activitats). • Paquetització amb recursos més coneguts i visites (combinar el recurs amb altres per generar paquets turístics que siguin més atractius i rendibles). 					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme, ajuntaments, gestors de recursos.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal, Diputació de Barcelona.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>			<p>Dificultat d'execució</p>		
	<p>Alta</p>			<p>Mitjana</p>		
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>	<p>X</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creació i senyalització de rutes o itineraris que incloguin recursos menys coneguts amb informació clara i atractiva. • Augment de la participació dels visitants en aquests recursos i activitats associades amb feedback positiu sobre l'experiència. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de recursos visitables millorats i integrats en rutes o productes turístics. • Nº de visitants i nivell de satisfacció mesurat amb enquestes o eines de recollida de dades. 					

Accions recomanades

Eix 1. COMPETITIVITAT DE L'OFERTA

Incentivar la creació d'una DMC



Necessitat de la destinació	Actualment, la comarca no té cap agència de viatges receptiva (DMC) que ajudi a paquetitzar algunes de les propostes existents. Una DMC comarcal és clau per transformar recursos dispersos en productes turístics competitius, facilitar la comercialització i projectar la imatge de l'Anoia com a destinació cohesionada i atractiva.
Objectius específics de l'actuació	<ul style="list-style-type: none"> Promoure la creació d'una (o varies) DMCs que coordinin i paquetitzin l'oferta turística de manera professional i competitiva. Millorar la comercialització del territori a través d'empreses que connectin els recursos amb el mercat turístic nacional i internacional.

Descripció de l'actuació	<p>Disposar d'una (o més) DMC (Destination Management Company) a nivell de la comarca per millorar l'estructuració de l'oferta existent així com la seva promoció i comercialització. La DMC integra els recursos en paquets turístics coherents i atractius i els presenta a la destinació al nivell dels visitants individuals com a nivell d'operadors que busquen productes "clau". Les DMCs s'encarreguen de dissenyar, gestionar i vendre experiències i també poden crear més empreses d'activitats i/o guies. Una opció és que alguna empresa actualment que ofereix serveis agafi aquest rol (ex. Anoia Patrimoni). Tant les DMCs com les empreses d'activitats són iniciatives privades i no està a l'ordre de l'Anoia Turisme la seva creació, però es poden establir programes per donar eines suport com finançament, es faciliti o s'incentivi la seva creació. Una manera és proposant un itinerari a seguir als emprenedors de manera que tinguin la màxima informació dels passos a seguir: redacció del pla d'empresa, s'acompanyi en els tràmits i en la cerca d'ajuts...Tot l'objectiu és de servir per facilitar al màxim el camí de potencials emprenedors perquè la DMC (o les empreses d'activitats) arribi a bon port.</p>						
Responsable de l'execució	Anoia Turisme, Consell Comarcal, Cambra de Comerç, Diputació de Barcelona.						
Actors implicats	Sector turístic comarcal.						
Indicadors de planificació	Prioritat		Dificultat d'execució				
	Alta		Alta				
Cronograma d'execució	2026	2027	2028	2029	2030		
		X	X				
Resultats previstos	<ul style="list-style-type: none"> Creació d'una (o varies) DMC amb participació d'empreses turístiques i agents del territori. Disseny i comercialització dels primers paquets turístics que integrin patrimoni, natura i gastronomia i experiències singulars. 						
Indicadors d'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> Nº d'agents participants en l'oferta paquetitzada de la DMC (empreses, recursos). Nº de productes o paquets turístics comercialitzats. 						

AGENDA DEL PLE
 Número 2026-0001
 Data 02/03/2026
 Pla de treball de la plataforma estacional turística de la comarca de l'Anoia 2026-2030
 València: 2026-0001
 Comissió de seguiment de l'execució del Pla de treball de la plataforma estacional turística de la comarca de l'Anoia 2026-2030
 Verificació: https://transparencia.adm.gub.es/verificacion/2026-0001
 Documento de información pública

Eix 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

Millora d'accessibilitat de les principals rutes



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>L'Anoia té una xarxa de camins per a fer a peu i bicicleta que està en creixement i consolidació. Cal pensar com es garanteix totalment o parcial la inclusió en els camins que en formen part per millorar l'experiència turística i per atraure nous segments de mercat (gent gran, famílies, persones amb diversitat funcional). Aquesta oferta accessible vinculada a les rutes, ajudarà a posicionar l'Anoia com una destinació inclusiva i competitiva dins del mercat turístic català.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Garantir que les principals rutes (ex. via blava) siguin segures, còmodes i accessibles per a totes les persones. • Posicionar l'Anoia com a destinació inclusiva mitjançant la millora de la mobilitat en espais turístics clau.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Fer un anàlisi general del grau d'accessibilitat de les rutes (ferm, accés i senyalitzat) amb l'objectiu que totes les persones (gent gran, famílies amb cotxets, persones amb discapacitat reduïda o discapacitat sensorial) puguin desplaçar-se amb seguretat i autonomia. Hi ha un pla d'actuació principal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Millores físiques i urbanístiques: eliminar barreres arquitectòniques (escales, rampes), ampliar voreres i garantir amplades mínimes, incorporar paviment antilliscant i gèrmens de vianants segurs i ben senyalitzats. - Senyalització i informació: col·locar senyalètica visual clara amb pictogrames unívoca i informació tàctic i QR amb audiodescripció i mapes i rètols de lectura fàcil per a persones amb discapacitat cognitiva. - Elements de confort: bancs i zones de descans, ombres i punts d'aigua, il·luminació adequada per seguretat nocturna. <p>Es poden incorporar eines tecnològiques per ajudar a promoure l'oferta inclusiva i per interessats, també a través d'organismes supracomarcalers (https://www.catalunya.com/ca/continguts/article/rutes-accessibles-8-1-521676)</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal, DIBA.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Alta</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Augment del nombre d'itineraris adaptats amb criteris d'accessibilitat universal. • Millora de la percepció de confort i seguretat dels visitants amb diversitat funcional. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percentatge d'itineraris turístics que incorporen elements d'accessibilitat (rampes, senyalètica adaptada). • Grau de satisfacció dels visitants amb necessitats especials en relació amb l'accessibilitat recorreguts. 					

Accions recomanades

Eix 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

Instal·lar carregadors i aparcaments segurs per a bicicletes



Necessitat de la destinació	L'Anoia és una comarca amb potencial de creixement pel cicloturisme. Les rutes per fer en bicicleta no només són un recurs turístic sinó també una eina per la millora de la mobilitat dels residents i una manera de baixar la petjada de carboni.
Objectius específics de l'actuació	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la mobilitat sostenible (facilitar que visitants i residents optin per la bicicleta enlloc del vehicle privat) Atraure nous perfils de visitants donat que el cicloturisme està en creixement a Catalunya i Europa. Millorar l'experiència del visitant i fer de l'Anoia una destinació més competitiva.

Descripció de l'actuació	<p>Per motivar l'ús de la bicicleta a la comarca, pels visitants i residents, no només calen rutes i senyalització adequada per saber per on és adequat circular sinó també calen aparcaments segurs per poder deixar la bici i, tenint en compte el creixement de la bicicleta elèctrica, calen carregadors als punts estratègics.</p> <p>Per tal de disposar d'una comarca diferenciada en cicloturisme, cal doncs tenir en compte aquests aspectes i instal·lar carregadors i aparcaments segurs per bicicletes en diferents punts de la comarca que tinguin sentit, vinculant-ho amb les principals rutes (via blava). Si es pot, cal integrar la intermodalitat (calçada amb tren o bus i bicicleta), les estacions són bons punts per instal·lar aquests equipaments, així com les principals portes d'accés a la via blava (estacions de tren, carregadors) i els principals recursos visitables (pel que fa a aparcaments segurs).</p> <p>Cal analitzar tots els elements i buscar el finançament, juntament amb els ajuntaments de la comarca creixent en aquesta direcció i posicionar així la comarca com una destinació sostenible i atractiva amb els ciclistes.</p>					
Responsable de l'execució	Anoia Turisme.					
Actors implicats	Sector turístic comarcal.					
Indicadors de planificació	Prioritat		Dificultat d'execució			
	Alta		Mitjana			
Cronograma d'execució	2026	2027	2028	2029	2030	
		X	X	X		
Resultats previstos	<ul style="list-style-type: none"> Increment de l'ús de la bicicleta (tradicional i elèctrica) com a mitjà de transport turístic i lleure. Millora de la percepció de seguretat i comoditat dels visitants cicloturistes a la comarca. 					
Indicadors d'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> Nº d'aparcaments segurs i punts de càrrega per a bicicletes instal·lats en zones turístiques i de lleure. Percentatge d'increment de visitants que arriben o es desplacen en bicicleta respecte a l'any anterior. 					

Accions recomanades

Eix 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

Millorar la peatonalització dels municipis



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>Queda clar que l'urbanisme dels municipis no és una competència d'Anoia Turisme i segurament poc pot fer en el sentit de millorar la peatonalització dels municipis de la comarca. Tot i això, donat que s'intervé en diversos àmbits de competència municipal, es pot plantejar millors possibles per fer els municipis, especialment els més grans, que tinguin espais més amables pel vianant, tant per millorar la seguretat dels residents i visitants com per millorar el benestar general i reduir la contaminació.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la creació i consolidació d'espais peatonals als municipis de l'Anoia per millorar l'accessibilitat i l'atractiu turístic. Integrar els espais peatonals dins de l'estratègia turística comarcal, promovent el turisme sostenible i la dinamització econòmica local.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>El cas que sovint s'ha plantejat en les entrevistes com a població amb necessitat de seva peatonalització és la ciutat d'Igualada, que té pocs espais ombrejats agradables que motivin el passatge tranquil i la compra o l'oci (tot i que ja es treballa en aquest bon exemple és la Gambla). El plantejament que es fa d'aquesta actuació no se'n fa un nucli concret sinó més aviat com una acció global de millora de tots els municipis. Es planteja fer una tasca de sensibilització (promoure els beneficis del turisme a pe sense cotxes, explicar com millora l'experiència turística i com es dinamitza el sector). Es poden plantejar campanyes de comunicació posant en valor aquells municipis que a aquestes zones peatonals com a bons exemples (posicionar els espais peatonals com a marca Anoia vinculada a sostenibilitat, salut i turisme de qualitat.). Es poden realitzar benchmark amb tècnics municipals per veure experiències d'altres llocs que valga la pena sentir. També es pot donar suport als ajuntaments en la planificació d'itineraris peatonals, l'aplicació de criteris d'accessibilitat i es poden compartir guies de bones pràctiques d'altres territoris.</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Alta</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Augment del nombre de municipis amb espais peatonals habilitats i adequats per a peatonals. Major participació del sector comercial i cultural en activitats i esdeveniments en espais. 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> Nº de municipis amb espais peatonals creats o adaptats amb criteris d'accessibilitat i seguretat. Percentatge d'increment d'activitats turístiques, culturals o comercials organitzades en espais peatonals respecte a l'any anterior. 					

Eix 3. INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

Implantació d'infraestructures avançades de difusió turística a la destinació



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>La implantació d'aquest tipus d'infraestructures de difusió turística permetrà actualitzar i optimitzar la difusió turística a la comarca de l'Anoia, adaptant-la a les exigències dels visitants en l'era digital. Es una manera d'assegurar una experiència turística més accessible, completa i competitiva i que va en la línia de les DTIs que s'està implementant a nivell de la província de Barcelona.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Garantir que els visitants puguin accedir fàcilment a informació actualitzada d'interès. • Oferir eines digitals que permetin interactuar amb els atractius turístics, com rutes guiades, realitat augmentada o continguts multimèdia.

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Alguns exemples d'infraestructures avançades de difusió turística a plantejar a l'Anoia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Punts d'informació turística digitals: Tòtems o pantalles tàctils interactives (estacions, places, museus, rutes naturals). Ofereixen mapes digitals, rutes personalitzades i informació en diversos idiomes i accessibilitat (lectura fàcil, audiodescripció). 2. Codis QR i senyalització intel·ligent: Plafons interpretatius amb codis QR que enllaça a vídeos, audiodiàries o realitat augmentada. Possibilitat de conèixer històries, productes i receptes locals directament al mòbil del visitant. 3. Realitat augmentada i virtual: Experiències immersives per reviu el patrimoni (castells, esglésies, jaciments arqueològics). Ulleres de realitat virtual en centres d'interpretació o apps que mostrin com era un espai en el passat. 4. Observatoris i miradors digitals: Miradors equipats amb pantalles interactives i aplicacions digitals que ofereixen informació sobre el paisatge, flora i fauna. Integració amb mapes per ampliar informació o descarregar rutes vinculades. 5. Gamificació digital: "Passaports turístics digitals" amb reptes i segells virtuals (jocs culturals, gastronòmiques o naturals. Recompenses per completar itineraris digitals, tastos, entrades gratuïtes). 					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Anoia Turisme.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Sector turístic comarcal.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Resultats previstos</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • N° de punts d'informació digital implantats. • Índex de clics i interaccions digitals. 					

ACQUADELPIE
 20260001
 02/03/2026

02/03/2026

ACIAD DEL PEU
Número 20260001

Eix 3. INNOVACIÓ I TECNOLOGIA

Col·locació d'ecomptadors en les principals rutes per fer a peu i en bici



<p>Necessitat de la destinació</p>	<p>La comarca de l'Anoia està apostant de manera decidida en la creació de rutes per fer a peu, a cavall i en bicicleta, algunes de les quals són transcomarcals (via blava, camí de sant Jaume, camí de Sant Ignasi...). Per tenir informació sobre quins camins són els més concorreguts si quan hi ha els pics de persones que els caminen/pedalen, calen dades que es poden recollir si s'instal·len ecomptadors en alguns punts estratègics dels camins.</p>
<p>Objectius específics de l'actuació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentar el coneixement de l'ús real de les rutes a peu i en bicicleta per planificar millor la gestió i el manteniment. • Tenir dades per prendre decisions sobre les rutes (a nivell de promoció, gestió...)

<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Els ecomptadors són un aparells que tenen una planxa sensible als canvis de temperatura que s'enterra a poca fondària en un punt del camí i que emet un impuls elèctric cada vegada que una persona la trepitja. Aquest senyal es transmet a un comptador situat a la vora del camí i connectat a un cable soterrat que és l'encarregat de registrar aquesta informació i guardar-la en la seva memòria. La instal·lació d'ecomptadors és necessària per obtenir dades objectives sobre l'ús real dels camins. La clau per a una gestió eficaç i planificada. L'actuació plantejada s'instal·lar-ne de forma progressiva en els propers anys per cobrir les principals rutes de senderisme i cicloturisme de la comarca. És important, una vegada instal·lats, analitzar les dades i poder prendre decisions sobre la gestió base a les mateixes. En el cas de la Via Blava ja hi ha prevista la instal·lació d'ecomptadors per part de l'Ajuntament de Barcelona. Cal veure si algun ajuntament vol, per la seva banda, també complementar aquesta eina col·locant-ne en camins importants per així tenir dades de la utilització dels camins (Camí de Sant Jaume, Camí Ignasià, etc.).</p>					
<p>Responsable de l'execució</p>	<p>Ajuntaments i DIBA.</p>					
<p>Actors implicats</p>	<p>Anoia Turisme, entitats del territori.</p>					
<p>Indicadors de planificació</p>	<p>Prioritat</p>		<p>Dificultat d'execució</p>			
	<p>Alta</p>		<p>Mitjana</p>			
<p>Cronograma d'execució</p>	<p>2026</p>	<p>2027</p>	<p>2028</p>	<p>2029</p>	<p>2030</p>	
			<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Resultats previstos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tenir un registre en el temps fiable i constant del nombre d'usuaris de cada ruta • Disposar de dades objectives de l'ús de les rutes i els períodes (saber si tenen ús de locals, dels visitants, etc). 					
<p>Indicadors d'avaluació</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nº total d'ecomptadors instal·lats. • Anàlisi anual de les dades. 					



Accions recomanades

Eix 4. PROMOCIÓ I MÀRQUETING

Disposar del manual de l'amfitrió del PIT en castellà i anglès



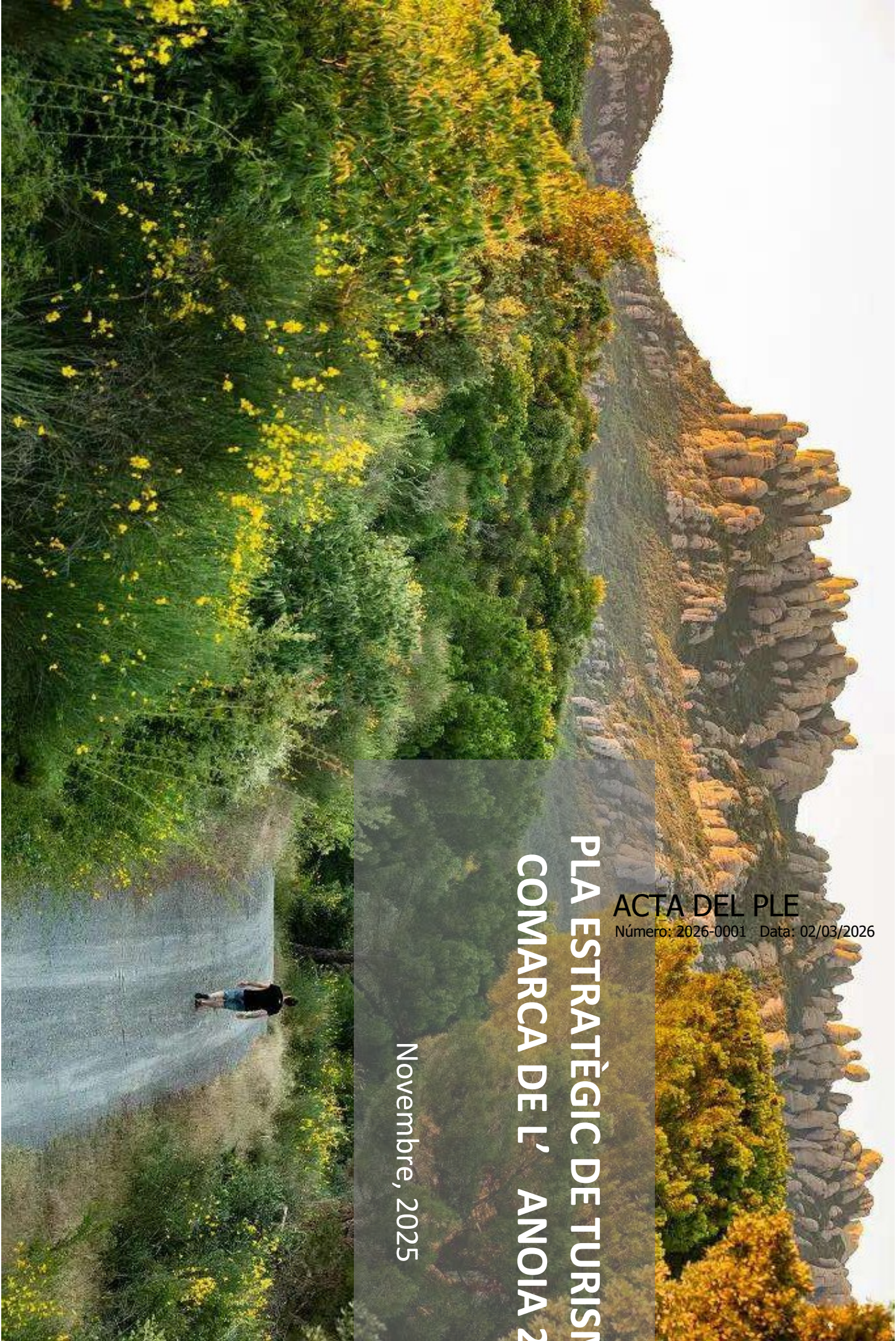
Punt d'Informació
Turística

Necessitat de la destinació	Des de Diputació de Barcelona es van crear fa un temps els Manuals de l'Amfitrió, com eines pensades per les empreses i entitats del sector turístic per tenir a ma un recull de l'oferta de la comarca. Aquest document intern també és un bon catàleg pels visitants (de consulta) però actualment només es disposa en català i caldria poder-lo tenir també en altres idiomes com ara el castellà o el francès.
Objectius específics de l'actuació	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar els membres del programa PIT a la comarca de manera que creixin les relacions empresarials entre el sector i s'incrementi el coneixement dels projectes i recursos turístics de l'Anoia. Disposar d'un material comú i atractiu digital amb informació actualitzada de tota l'oferta turística de la comarca (allotjaments, activitats, rutes,

Descripció de l'actuació	L'actuació es basa en, d'una banda fer créixer el programa PIT a la comarca de manera que diferents actors turístics es coneguin i coneguin els recursos turístics de l'Anoia, i d'altra banda com es pot disposar d'un document actualitzat (online) perquè els actors tinguin clar els horaris, preus, etc. del que es pot fer a la comarca. El Manual de l'Amfitrió que es té a l' moment dels temps dins del programa Punt d'Informació Turística, de cada comarca, pretenia ser un recull d'informació necessària per a qualsevol empresa i entitat turístics per poder fer contactes i informació rellevant dels recursos turístics de la comarca. Tot i això, aquest document no és present i no s'utilitza prou. A banda, si es disposés del document en diferents idiomes (castellà, anglès, francès) podria ser una eina de consulta per diferents motius, tant per imprimir sinó com a catàleg online que fos fàcilment "enviable" i corregible). Actualment els establiments han creat un material que recull la informació del que es pot visitar i que podrien enviar als seus clients. Caldria parlar-ho amb el sector i veure què fa falta per aconseguir aquesta informació que s'envia de manera que fos un material comú, actualitzat i atractiu.					
Responsable de l'execució	Anoia Turisme.					
Actors implicats	Sector turístic comarcal, DIBA.					
Indicadors de planificació	Prioritat		Dificultat d'execució			
	Mitjana		Baixa			
Cronograma d'execució	2026	2027	2028	2029	2030	
		X	X			
Resultats previstos	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilitat d'un material complet, atractiu i actualitzat sobre l'oferta turística de la comarca traduït a almenys tres idiomes. 					
Indicadors d'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> Nº d'exemplars o descàrregues del material (en format digital). Nº d'empreses i entitats turístiques dins del programa PIT de la comarca. 					

AGTADDELPIE
Número: 2026-0001
Data: 02/03/2026





ACTA DEL PLE

Número: 2026-0001 Data: 02/03/2026

PLA ESTRATÈGIC DE TURISME COMARCA DE L' ANOIA 2022

Novembre, 2025