

Pla estratègic de turisme Vallbona d'Anoia



Febrer 2025



Estructura del document

Diagnosi turística	3
Conclusions	18
Estratègia i propostes	22

Diagnosi turística



El document "**Pla estratègic de turisme de Vallbona d'Anoia**" neix de la voluntat de l'Ajuntament de Vallbona d'Anoia de continuar impulsant el desenvolupament econòmic i social del municipi posant en valor els recursos culturals i naturals de que es disposa. Per a fer-ho, s'encarrega la tasca d'analitzar la situació actual i el que s'ha treballat fins al moment per tal d'establir un full de ruta que aportí la visió de treball a mig i llarg termini.

Entre els **resultats esperats** a la finalització del Pla estratègic de Turisme de Vallbona d'Anoia hi ha l'obtenció de:

- Una diagnosi que visualitzi les fortaleses, debilitats, oportunitat i amenaces del municipi en clau turística.
- La relació dels actius turístics, analitzant-ne l'estat i la potencialitat dels recursos patrimonials, naturals i serveis.
- Un full de ruta que estableix les línies de treball així com una proposta d'actuacions per als propers anys.

En definitiva, l'obtenció d'un document de treball que sigui assumible i ajustat a les característiques del municipi i la seva capacitat tant en termes de recursos humans com econòmics i, també, de l'entorn on es troba ubicat.

A nivell de **metodologia** emprada per a la realització del present document cal indicar que s'han combinat tres tècniques que aporten, en el seu conjunt, una visió global tant de l'estat de la qüestió turística de Vallbona d'Anoia com de les seves potencialitats i debilitats.



Anàlisi de documentació interna i externa. En aquest punt s'ha realitzat una cerca i anàlisi de dades i documents de treball tant del propi ajuntament com d'entitats vinculades al voltant d'aspectes socials, econòmics i turístics.



Observació i treball de camp. S'ha realitzat un total de 3 visites de treball de camp per tal de conèixer de primera mà la situació al municipi, així com per conèixer i avaluar els recursos turístics i l'oferta turística.



Sessions de treball amb l'equip de l'Ajuntament. S'ha realitzat dues sessions presencials amb els responsables designats per l'ajuntament, que s'ha complementat amb intercanvis de correus electrònics i documentació al llarg del projecte.

El municipi i l'entorn

Vallbona d'Anoia és un municipi de 6,5km² situat a la comarca de l'Anoia, a la província de Barcelona, amb una població de 1.428 habitants (cens 2023) i una ubicació geogràfica estratègica a prop de la capital Igualada i a 1 hora en cotxe de Barcelona, amb una bona connexió per carretera amb l'encreuament de les carreteres Igualada-Vilafranca del Penedès-Martorell. Aquesta mobilitat terrestre es complementa amb les connexions en transport públic mitjançant els servei de bus (Hispano Igualadina, línia Barcelona - Igualada) i el servei ferroviari (R6 de Ferrocarrils de la Generalitat, línia Barcelona - Igualada).

En relació a l'estructura de la població, el volum d'habitants s'ha mantingut força estable en el període 2013-2023 amb un lleuger descens al llarg d'aquest període que es va trencar el 2023, anys que el nombre d'habitants va tornar a situar-se per sobre els 1.400 habitants. Amb una edat mitjana de 43,92 anys (Observatori Socioeconòmic de l'Anoia, 2023), la franja d'edat amb més presència és la que es situa entre 35-64 anys (46,08%), mentre que els de 15-64 representen un 20,52%, els de +65 un 19,12% i els menors de 15 anys un 14,29%.

Pel que fa al mercat laboral, bona part dels llocs de treball es concentren en el sector industrial (55% en el cas d'assalariats i 12,5% en el cas d'autònoms), mentre que el sector serveis ocupa un 38,33% dels assalariats (68,75% en cas d'autònoms) i la construcció un 6,67% (18,75% en els autònoms). Així, la taxa d'atur registrat a desembre de 2023 es situa en el 10,95%, reduint-se sensiblement respecte el 2013 (16,57%). A diferència del mercat laboral, el teixit productiu del municipi està encapçalat majoritàriament per un sector serveis (64,71%) on el comerç al detall hi té el protagonisme, mentre que la indústria representa el 23,53% i la construcció un 12,76%, amb presència d'un parc empresarial format per 34 micro i petites empreses (64,71% tenen menys de 9 treballadors, i un 35,29% entre 10 i 49 treballadors).

Finalment, pel que fa la situació de l'habitatge, destacar que el municipi compta amb 672 habitatges dels quals el 77,68% són d'ús principal, majoritàriament en règim de propietat (57,14%) i construïts amb anterioritat al 1980 (70%, dels quals 29,46% abans de 1950).



A nivell d'**atractius turístics de Vallbona d'Anoia** es destaquen principalment algunes mostres de patrimoni arquitectònic, les festes populars i una entorn natural que convida a la pràctica d'activitats a l'aire lliure. També s'hi poden trobar mostres del passat industrial i agrícola, destacant les barraques de pedra seca associades al paisatge vitivinícola que en temps passats va ser predominant.

Pel que fa a les mostres de patrimoni arquitectònic, indicar que al municipi hi ha [178 elements inclosos dins el Mapa del Patrimoni Cultural](#) de la Diputació de Barcelona, majoritàriament elements vinculats a les barraques de pedra seca i a edificis destacats del nucli dels quals una part tenen els seus orígens com a hostals de pas. I és que pel municipi hi passava el Camí Ral d'Aragó, fet que va propiciar l'obertura d'hostals, fondes i altres serveis orientats a l'atenció del viatger que feien parada i fonda a Vallbona d'Anoia durant el seu recorregut. De fet, bona part d'aquestes edificacions (21) està incloses dins Inventari del Patrimoni Arquitectònic de Catalunya.

La ubicació i l'entorn natural del municipi és l'altre element destacat en quant a recursos d'interès ja que el municipi forma part de les Valls de l'Anoia, un Espai Natural Protegit (PEIN) que ressegueix el curs fluvial del riu Anoia al sud-oest de la comarca. Un espai encara avui molt desconegut a nivell de Catalunya i que és una zona important de nidificació de l'àguila cuabarrada. En aquest entorn, s'hi troben multitud de rutes per a peu i en bicicleta, així com elements naturals com rierols, gorgs i salts d'aigua.

Tal i com s'exposa en el Pla estratègic de turisme Vall de l'Anoia (2019-2013), en aquesta zona també hi ha importància de llegat industrial vinculat a la fabricació del paper, jaciments arqueològics de referència, paisatges singulars, així com proximitat amb nodes turístics com Montserrat i la zona enoturística del Penedès com a espais principals. A aquests elements s'hi suma l'entramat de senders de petit i gran recorregut, el pas del Camí de Sant Jaume, així com el desenvolupament del projecte Via Blava de l'Anoia.



A nivell **d'oferta d'allotjament a la comarca**, i seguint el darrer informe publicat pel LABTurisme de la Diputació de Barcelona (resum anual 2023) per la comarca de l'Anoia, es destaquen dades com que l'oferta ha augmentat en els darrers anys, situant-se en els 258 establiments d'allotjament i un total de 2.307 places. Els habitatges d'ús turístic (HUT) hi tenen un clar protagonisme tant en nombre d'establiments (representen el 57,8%) com en nombre places (35,5% de les places). Els establiments hotelers, tot i el menor pes en unitats, tenen un pes similar en nombre de places (33,3%), mentre que el turisme rural representa el 22% de l'oferta de places. Es destaca també l'estabilitat en l'obertura de places al llarg de l'any.

De les diferents tipologies, els habitatges d'ús turístic (HUT) és la modalitat d'allotjament que més ha crescut, incrementant el 2023 un 30,7% el nombre d'establiments i places respecte l'any anterior, mentre que els establiments hotelers han registrat un increment del 12,5% del nombre d'unitats i un 7% del nombre de places ofertes. D'aquesta manera, l'oferta d'allotjament de la comarca s'estructura en:

- 18 establiments hotelers, que sumen 767 places.
- 1 càmping, que ofereix 90 places.
- 86 establiments de turisme rural, amb una capacitat total de 510 places.
- 3 apartaments turístics que agrupen 44 places.
- 150 habitatges d'ús turístic que aporten 827 places.

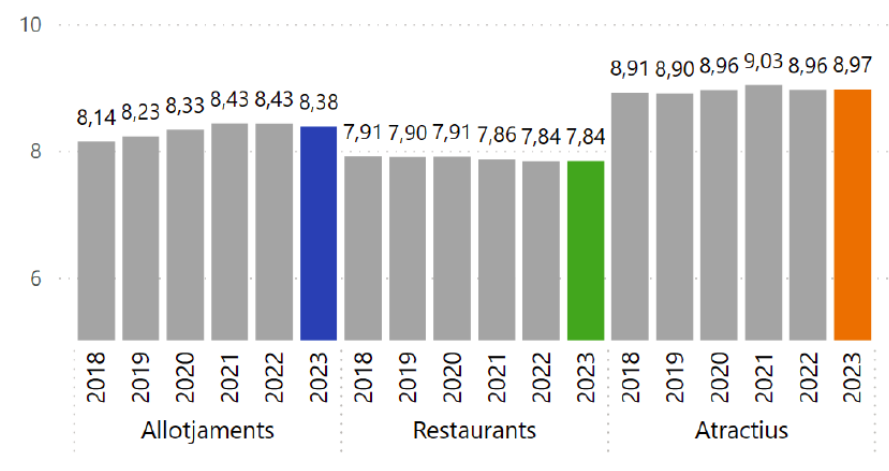
Si es fa un cop d'ull a la **demanda turística de l'Anoia**, el 2023 es registren més de 53.000 viatges que han generat quasi 136.000 pernотacions, l'àmplia majoria d'aquestes realitzades per un públic domèstic i de proximitat, amb una reduïda representació del públic estranger, sobretot francès (19,9% dels viatges i 22,8% de les pernотacions). Un visitant amb una edat mitjana 42 anys que es mou principalment per motius d'oci (40,4%), desplaçant-se en vehicle propi (73,2%), que realitza una estada mitjana de 2,5 nits i que habitualment viatja sol (29,7%) o acompanyat de la família (27,9%). Es tracta en general d'un visitant repetidor (55,4%) i que valora positivament la destinació (8/10).

En relació a les seves motivacions, aquestes es centren en descansar, relaxar-se i dormir (65,7%), gaudir de la gastronomia (58,6%), realitzar passejades i caminades (44,2%) i descobrir el territori (29,7%).

Vinculat a la demanda turística, des del LABTurisme s'observa també quina és la percepció sobre la destinació a nivell digital de la destinació turística Anoia. En aquest sentit, les darreres dades publicades (Monitor de reputació turística online 2024) indiquen que:

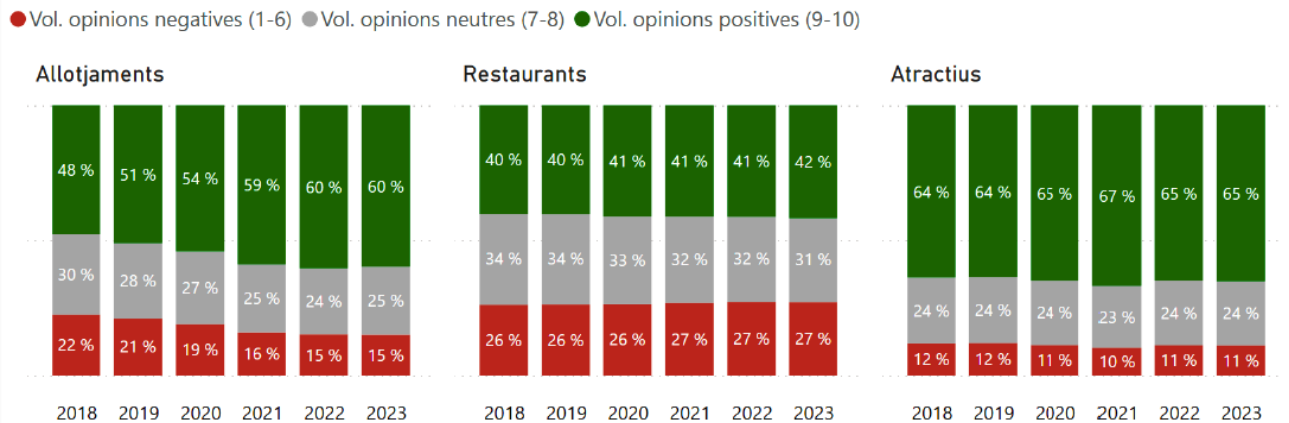
- La valoració a internet de la comarca es situa en una mitjana de 8,35/10, que és la xifra més alta des de que s'analitza la reputació online (2018-2023).
- Els atractius de la comarca estan molt ben valorats, amb un 8,97/10 i es valora especialment els elements vinculats a l'enogastronomia, el turisme actiu i les atraccions turístiques.
- Els restaurants de l'Anoia han rebut més de 9.000 opinions, amb una valoració de 7,84.
- Pel que fa a l'allotjament, aquest també rep una bona valoració situant-se en un 8,38/10 (5.756 opinions). El que més es valora en aquest àmbit és l'atenció personal, la neteja i el confort.
- S'ha registrat un increment (+9,5%) del volum d'opinions generades sobre els recursos turístics de la comarca, i el 40,8% d'aquestes opinions les reben els restaurants.

Evolutiu comarcal iRON per sectors



Font: Monitor de reputació online. Anoia (2024).

Evolutiu comarcal del percentatge d'opinions per valoració



Font: Monitor de reputació online. Anoia (2024).

Pel que fa a l'**oferta de restauració**, centrant l'anàlisi en la zona immediat (les Valls de l'Anoia), s'hi troba una oferta força escassa amb 8 establiments que en general estan orientats a una cuina tradicional i als productes de proximitat. D'aquests restaurants, a l'actualitat no n'hi ha cap a Vallbona d'Anoia.

Pel que fa als **principals atractius turístics de la zona**, en el mateix document estratègic analitzat s'hi recullen els elements més:

- **L'Abric Romani (Capellades)**
- El menhir de Cabrera (la Torre de Claramunt)
- Pla de les sitges de Camaró (La Torre de Claramunt)
- Sta. Maria del Castell de Claramunt (la Poble de Claramunt)
- Castell de Claramunt (La Poble de Claramunt)
- Castell de Piera (Piera)
- **Castell de la Torre de Claramunt (La Torre de Claramunt)**
- Plaça de Piera (Piera)
- Edificis d'època, com la casa Coca (La Poble de Claramunt)
- **Museu Molí Paperer (Capellades)**
- Molí Can batlle (La Torre de Claramunt)
- L'Escola Renaixença (Els Hostalets de Pierola)
- **Centre de Recuperació d'Amfibis i Rèptils de Catalunya (C.R.A.R.C.) (Masquefa)**
- Les rutes a peu i en bicicleta (PR C78, PC C119, Camí de Sant Jaume, rutes btt).



Font: Pla de màrqueting turístic de la província de Barcelona (2012)

D'aquesta llista, els marcats en negreta són els establerts pel Consell Comarcal de l'Anoia com els atractius més destacats de la comarca. Alhora, també s'hi compta com a atractiu la proximitat amb la **Denominació d'Origen Penedès**, i per descomptat amb l'atractiu d'un entorn natural declarat **Espai Natural Protegit**. A aquests elements s'hi suma el projecte **Vies Blaves Barcelona** (VBB), que es desenvoluparà més endavant en el document i es centra en establir un recorregut al costat de les lleres dels rius Llobregat, Cardener i Anoia al seu pas per la demarcació de Barcelona per tal de que puguin ser utilitzats tant per la ciutadania com per al visitant amb mitjans no motoritzats.

Per a finalitzar aquesta mirada a l'entorn del municipi (Anoia i concretament les Valls de l'Anoia) a continuació es reproduïx l'anàlisi DAFO del Pla estratègic de turisme Valls de l'Anoia 2019-2023, el qual tot i que ja fa un temps que va ser elaborat, conté elements que continuen molt vigents:

DEBILITATS

- Nul·la cohesió interna i visió conjunta del territori.
- Mentalitat turística inexistent.
- Oferta turística incipient i poc diversificada.
- Insuficient oferta d'allotjament en el conjunt del territori.
- Dificultat d'alguns equipaments i recursos per esdevenir pols d'atracció turística.
- Falta de connexions de transport públics.
- Manca de professionals del sector turístic (sector públic i privat).
- Camins i pistes poc mantinguts amb una senyalització turística reduïda.
- Entorns degradats en les grans urbanitzacions i zones industrials.
- Gran concentració de vehicles pesats a les carreteres.
- Territori que viu d'esquenes al riu Anoia.
- Territori rural, fora desunit.
- Unitat territorial que ha perdut la seva identitat, transformat pel desenvolupament urbanístic.
- Manca de dades sobre visitants a la destinació.
- Nul·la presència en mitjans, prescriptors o en la mateixa indústria.
- Absència d'inversió en activitats de promoció i/o comunicació.

FORTALESES

- El paisatge i les vistes a Montserrat.
- D.O. Valls de l'Anoia, com a producte exclusiu de la D.O. Penedès.
- Alguns *hiddengems* únics, com els Salts de Cabrera, els miradors amb una de les millors vistes de Montserrat de Catalunya i/o uns cellers que respiren singularitat, quotidianitat i autenticitat.
- Gran diversitat de corriols, pistes i senders.
- Zones rurals i forestals típiques de territoris mediterranis d'interior. La vinya i l'olivera.
- El patrimoni i els equipaments vinculats: prehistòric, medieval i paperer.
- El riu Anoia i els Salts de Cabrera.
- Les activitats esportives i alguns esdeveniments ben posicionats.
- La proximitat a Barcelona, les connexions amb FGC i el bitllet conjunt.
- La gastronomia del territori.
- Voluntat i lideratge de l'administració (Consell Comarcal i Diputació de Barcelona).
- L'existència d'alguns exemples d'inversió privada exitosa.
- La quotidianitat i l'autenticitat del territori i les seves gents.
- Inexistència d'un relat turístic propi: una pàgina en blanc oberta a la creació.

AMENACES

- Desconeixement de les Valls de l'Anoia i els seus recursos als mercats emissors.
- Inexistent presència mediàtica i online.
- Competència ferotge d'altres destinacions similars, amb més bagatge turístic, oferta estructurada i molta més inversió en promoció.
- Capacitat de càrrega al límit de la ciutat de Barcelona i algunes zones de Catalunya.
- Inestabilitat política interna.
- Crisis política, econòmica i/o social en alguns mercats emissors potencials (UK amb Brexit, França i els "giletsjaunes" o possibles boicots des del mercat espanyol, per exemple).
- Actes terroristes recents a ciutats com Barcelona.
- Vagues potencials del transport públic a Barcelona.
- "Mala premsa" sobre sector turístic, que pot afectar a la percepció de la població local.

OPORTUNITATS

- Territori "verge" en el sentit turístic, que ofereix un llibre blanc ple d'oportunitats.
- Voluntat per part de l'administració i alguns ens privats de desenvolupar el sector.
- Possibilitat de fer-se seus recursos, atributs i productes de l'entorn (com el producte estrella Montserrat).
- Ens supramunicipals amb els que poder comptar, amb major pressupost i projecció.
- Recursos i *hiddengems* amb gran recorregut d'explotació.
- Projectes en curs com la Via Blava que poden donar un impuls important al territori.
- Entorn amb gran potencial per projectar-se en productes actius: bicicleta, senderisme, etc.
- Potencial de creixement sota la marca paraigües D.O. Penedès, com a Valls de l'Anoia.
- L'element riu Anoia com a eix vertebrador del territori, element diferencial i creador d'imatge.
- Tendències turístiques dels principals mercats emissors que cerquen nous territoris, l'element d'autenticitat i quotidianitat.
- L'orientació de la demanda envers escollir el lloc de vacances per fer una activitat o assistir a un esdeveniment concret, més enllà de la pròpia destinació.
- La creixent necessitat de Barcelona de sobrepassar els seus límits i ampliar l'oferta turística.
- Gran potencial per l'aposta d'un turisme equilibrat, divers i sostenible, lluny de les masses i que ofereixi una experiència vital.

Vallbona d'Anoia en clau turística

Centrant la mirada a la vessant turística del municipi, en el present bloc s'analitza l'oferta existent d'allotjament, restauració, comerç, equipaments i serveis, esdeveniments i activitats així com també de llocs d'interès turístic.

Pel que fa a **l'allotjament**, tot i la història del municipi vinculada als hostals i les fondes (molt presents al llarg dels anys degut al Camí Real d'Aragó), cal indicar que amb els darrers tancaments avui dia al municipi no s'hi troba oferta d'allotjament excepte dos habitatges d'ús turístic declarats. En concret, es tracta d'una casa de camp als afores del nucli anomenada "[Masia del segle XVI](#)" (HUTCC-073236) i que ofereix allotjament sencer amb capacitat per a 4 persones, i "Ca la Maria Xica" (HUTCC-033034) però que ja no es troba operatiu.

El sector de la **restauració** del municipi també ha anat minvant la seva oferta fins a mantenir només dos establiments que ofereixen una cuina tradicional i senzilla: el bar rostisseria La Brasa (Ca la Clavina), on a més del servei de bar i tapes també elabora menjar per emportar com ara pollastre a l'ast i pizzes, i la [Kala Piscina](#). Aquest segon, a més de tenir perfil a Instagram amb poc més de 360 seguidors (última actualització juliol de 2024), també té una elevada puntuació a les ressenyes de Google (4,6/5 punts i 226 ressenyes). A nivell d'oferta, Kala Piscina ofereix esmorzars, dinars i sopars a preus ajustats.

El **comerç** segueix la mateixa dinàmica de reducció d'oferta que l'allotjament i la restauració, però no de manera tant dràstica. De fet, a dia d'avui tot i la desaparició d'activitats artesanies vinculades a l'oli, l'hidromel i la xarcuteria, el municipi compte encara amb un forn de pa (Cal Frare) que ofereix també servei de cafeteria, tres supermercats, i diversos comerços i serveis complementaris com ara una ferreteria, una merceria o una farmàcia. Cal indicar que bona part d'aquests comerços es troben ubicats al voltant de la plaça de l'Església i la zona dels carrers Major i Nou, ambdós amb prioritat de pas per a vianants.



A nivell **d'equipaments i serveis** que poden ser d'utilitat o interès per al visitant o turista, Vallbona d'Anoia compta amb un consultori mèdic, una piscina municipal, una sala d'exposicions, un skatepark i pistes de pàdel (al costat de la piscina municipal), així com un espai d'esbarjo (Parc de la Bals) amb zona d'aparcament tant per a turismes com per a autocaravanes (espai per a dues unitats).

De fet, la zona d'aparcament del Parc de la Bals és el punt de sortida o de pas de diverses rutes de senderisme que mostren alguns dels **punts d'interès del municipi**. D'una banda, les rutes incloses dins la iniciativa "Camins rals de l'Anoia" i, de l'altra, les dues rutes circulars que mostren el patrimoni vinculat a les barraques de pedra seca:

- [Ruta Barraques de pedra seca](#) (5,3 km), de baixa dificultat i poc pendent que en menys de dues hores permet descobrir nou barraques diferents ubicades al voltant del nucli.
- [Ruta Barraques i vistes a Miramar](#) (9,9km), de dificultat mitjana, amb un major desnivell (493 metres) i una durada de 3 hores porta al visitant a fer un recorregut per vuit barraques que es combina amb unes panoràmiques sobre el massís de Montserrat.

Ambdues rutes es troben disponibles a l'aplicació Naturalocal, on es combina el track del recorregut amb informació turística de la zona. A més d'aquestes rutes, si es fa un cop d'ull al web/aplicació [Wikiloc](#), es pot observar la quantitat de rutes per a fer a peu i en bicicleta que transcorren pel municipi. Rutes que connecten amb municipis i atractius propers i que en general han estat penjades per a aficionats al senderisme i el cicloturisme.

Entre aquestes rutes, se'n destaca el [Camí de les banderes](#), que amb una distància de quasi 13 km i dificultat moderada fa un recorregut per diversos espais de les Valls de l'Anoia. També la [Ruta de les Barraques de pedra seca](#) que surt de Piera (9,9 km i dificultat moderada) arriba al municipi, concretament a la zona d'esbarjo – pícnic de la Font del Carol.

En aquest sentit, la suma d'un paisatge de gran valor, amb les mostres de patrimoni repartides per aquest entorn (barraques de vinya) i les panoràmiques que s'hi troben fan que les rutes a peu i en bicicleta tinguin potencial turístic.



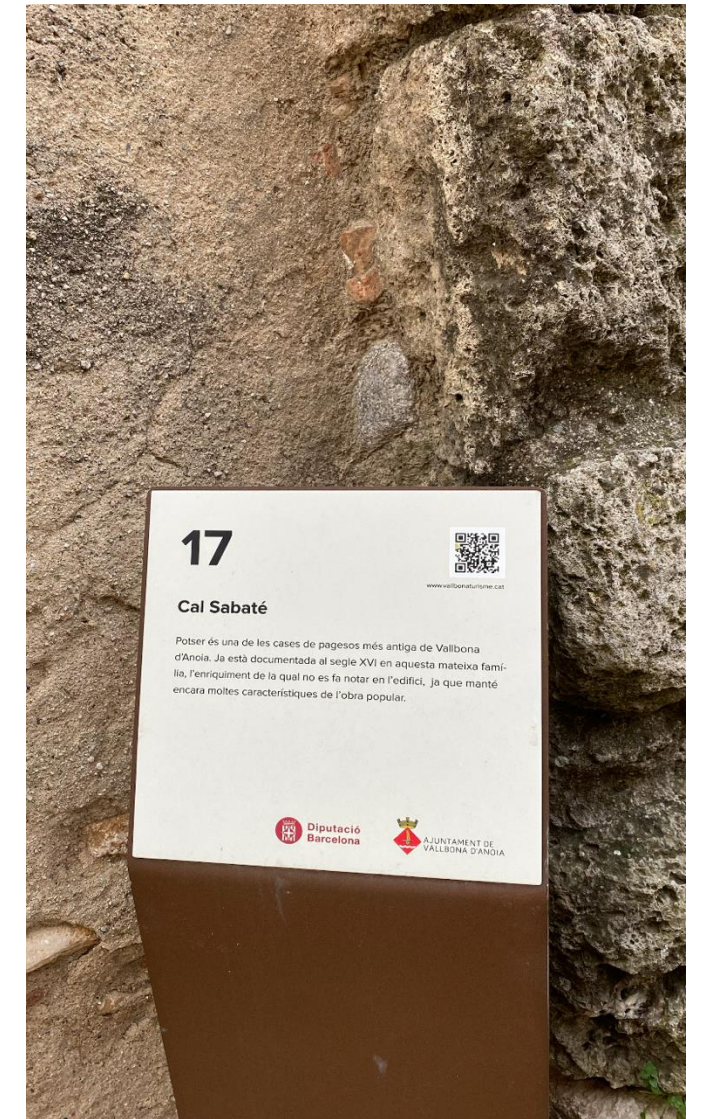
A aquestes rutes per l'entorn del municipi cal sumar-hi les propostes de rutes dins el nucli. Per una banda, una proposta innovadora ([Bandolers a la recerca del tresor](#)) on s'aplica el concepte de la gamificació mitjançant l'ús d'una aplicació per a mòbils. D'aquesta manera, seguint el fil temàtic dels bandolers s'ofereix una proposta de 70 minuts de caire familiar que permet descobrir el patrimoni local seguint i responent un conjunt d'enigmes i qüestions.

Complementàriament, i amb un format més tradicional tot i que també s'hi inclou la tecnologia (codis QR), s'ofereix al visitant un recorregut ([Ruta Parada i Fonda](#)) pel patrimoni local a partir d'un conjunt de plafons repartits pel nucli i que expliquen l'evolució del municipi al llarg de la història. Amb tot, els enllaços dels codis QR no es troben operatius ja que el web turístic on dirigeixen (www.vallbonaturisme.cat) no funciona.

Aquests recorreguts autoguiats pel nucli s'han combinat amb l'oferta de visites guiades que s'ofereixen de la mà de l'empresa de la zona Anoia Patrimoni, especialistes en aquesta tipologia de producte turístic. Així doncs, la visita "[Vallbona parada i fonda](#)" (2020) resseguia les diferents mostres del patrimoni arquitectònic tot explicant la història i evolució del municipi de la mà de guies experts. Amb tot, aquesta visita a dia d'avui està en fase de replanteig i no s'ofereix com a producte turístic degut a l'alt cost de la visita i la manca d'afluència a les diferents visites que s'han dut a terme fins ara.

Aquesta iniciativa formava part d'un procés de creació de [productes o paquets turístics](#) per atraure nous visitants combinant oferta pública i privada. D'aquesta unió en varen sortir tres paquets que ja no estan operatius degut al tancament de les empreses que hi prenen part (celler D'melis i Fonda Saumell).

Els tres paquets (Vallbona, parada i fonda, Or dolç de Vallbona i Vallbona de cap a peus) combinaven la visita guiada amb el tast d'aiguamels i/o el dinar i s'orientaven a un públic final de proximitat, essent el seu canal de distribució el web turístic del municipi i un fullet específic distribuït per la zona més immediata al municipi.





En aquesta línia de propostes treballades, Vallbona d'Anoia també forma part de la iniciativa comarcal "[Espais de l'Anoia per descobrir amb infants](#)" que recopila un conjunt de rutes indicades per fer en família i infants. En concret, la proposta número 7 porta al visitant a descobrir l'ermita de la Mare de Déu de Mas Bonans a través d'una ruta de 6 km des del nucli. Finalment, entre les activitats realitzades més recentment, hi ha la [visita teatralitzada](#) a les barraques de pedra seca organitzada l'octubre del 2024 i molt orientada al públic local, on s'hi combinava el senderisme, el patrimoni i la gastronomia a través de la degustació de producte local.

Pel que fa a les **activitats i els esdeveniments** al municipi es destaca bàsicament la [Festa del Roser](#), que es celebra el dilluns de Pasqua Granada (maig) i és una festivitat reconeguda dins el [Catàleg del Patrimoni Festiu de Catalunya](#). Una activitat molt arrelada al municipi i que atrau a visitants de les proximitats, sobretot al Ball de la Garlanda. Amb tot, no es tracta d'un esdeveniment gestionat en clau turística, sinó més orientat a festivitat interna del municipi.

En clau de **mobilitat**, a banda de l'accés amb cotxe particular es pot accedir mitjançant el bus (Línia Barcelona - Igualada) i el tren (R6, Barcelona– Igualada), que ofereix diverses franges horàries amb un recorregut d'aproximadament una hora i deu minuts.

En relació a la **promoció turística**, és a dir, en com es fa arribar al potencial visitant el que el municipi ofereix, cal destacar que el principal element que a dia d'avui s'utilitza no es troba operatiu. I és que tot i que el web www.vallbonaturisme.cat apareix en els materials editats, plafons turístics i en els resultats dels cercadors digitals, el web no es

troba operatiu. A nivell digital, tampoc es disposa de perfils a xarxes socials específics, més enllà dels existents a nivell institucional. Si que el municipi té presència a les xarxes socials a partir del contingut publicat per tercers, com ara Anoia Turisme. A nivell imprès, es va editar el fulletó Vallbona d'Anoia i el Camí ral, que promocionava els 3 paquets turístics però que a dia d'avui no té utilitat. Si que en té el plànol-mapa del municipi inclòs dins la sèrie "Nuclis amb encant" del Consell Comarcal de l'Anoia, on amb un format senzill s'hi exposa els principals reclams del municipi (per una cara, un plànol dibuixat i per l'altra la informació turística).

També el municipi és present en aquelles publicacions, ja siguin digitals o físiques, realitzades pel Consell Comarcal de l'Anoia mitjançant Anoia Turisme, així com d'altres entitats supramunicipals com poden ser la Diputació de Barcelona en la seva tasca de difusió de l'activitat turística a la destinació.

Una comunicació orientada a un **perfil de visitant** que, com a la resta de la comarca, respon a un públic de proximitat (territoris propers i àrea metropolitana), que sovint es desplaça en família, parella o petits grups d'amics i que cerca descobrir elements interessants prop del seu punt d'origen. A la zona també hi ha presència d'un perfil més especialitzat, que practica un turisme actiu i que gaudeix de les rutes a peu i en bicicleta.

Aquest darrer grup sovint es desplaça en petits grups i prové de zones pròximes al municipi. Un públic visitant que es desplaça en vehicle propi, essent molt residual el que ho fa amb tren aprofitant la parada existent a Vallbona d'Anoia.

En darrera instància, i per acabar amb l'anàlisi en clau turística també es vol fer esment des les diferents **iniciatives i projectes** que s'han anat duent a terme al municipi al llarg dels darrers anys. I si es parla d'iniciatives i projectes, cal parlar de governança i de com és la col·laboració entre els agents locals i entre aquests i la resta d'agents del territori.

En aquest sentit, l'Ajuntament de Vallbona d'Anoia està adherit mitjançant conveni de col·laboració amb Anoia Turisme, l'ens del Consell Comarcal de l'Anoia que integra i dinamitza l'activitat turística a la comarca. Aquesta relació consisteix en l'assistència i participació per part de l'ajuntament de sessions i dinàmiques de treball, així com la cessió per del Consell Comarcal de l'Anoia de la figura d'una tècnica de turisme compartida, la qual destina unes 100 hores l'any a treballar pel desenvolupament turístic del municipi. Aquesta figura tècnica, conjuntament amb el responsable polític del consistori (regidor de Promoció econòmica, comerç i turisme) són els encarregats de dur a terme els projectes en clau local i de mantenir la relació i participació amb el teixit empresarial. Tot i l'escassetat de recursos humans i econòmics existents, i tal i com s'ha vist en les pàgines anteriors, el municipi s'ha mostrat actiu desenvolupant projectes per a fomentar el turisme, i que a continuació es llisten a mode de resum:

- Definició de concepte "Vallbona, parada i fonda" sobre el qual s'ha sostingut tota l'estratègia de posicionament turístic.
- Creació del web turístic i l'edició de material turístic de difusió.
- Creació de tres paquets turístics conjuntament amb empreses locals.
- Programació de visites guiades mensuals amb l'empresa Anoia Patrimoni.
- Instal·lació d'elements de senyalització amb QR en els punts d'interès del municipi per tal de que el visitant pugui fer una visita autoguiada.
- Senyalització de les rutes per les barraques de pedra seca amb plafons informatius.
- Creació d'una visita gamificada (gimcana digital) al voltant del patrimoni local i el bandolerisme.
- Participació en l'elaboració de material turístic com ara plànols i fullets.
- L'organització de visites teatralitzades a les barraques de pedra seca.
- Creació d'una audioguia per complementar la visita tant a elements del nucli com del seu entorn.

Tot això, acompanyat en la mesura del possible d'accions de comunicació i difusió per tal de que el públic potencial accedeixi a l'oferta turística del municipi. Entre aquestes, s'hi compten l'elaboració de materials, accions amb prescriptors, mitjans locals... i en la generació de contingut (book fotogràfic i vídeo promocional) així com a la conscienciació al voltant d'una pràctica sostenible de l'activitat turística. Amb tot, els recursos sobretot econòmics són escassos per tal de mantenir una línia comunicativa estable al llarg del temps.

Entre els projectes d'àmbit territorial amb impacte al municipi se'n poden destacar dos principalment. El primer té a veure amb la gestió i la governança del territori, i ja s'ha incorporat tant a la part d'anàlisi com de propostes del present document. Es tracta del **"Pla estratègic de turisme Valls de l'Anoia 2019-2023"**, un document que estableix la dinàmica de desenvolupament turístic del territori i que s'ha anat treballant per part dels diferents municipis implicats tot i que amb intensitats diverses.

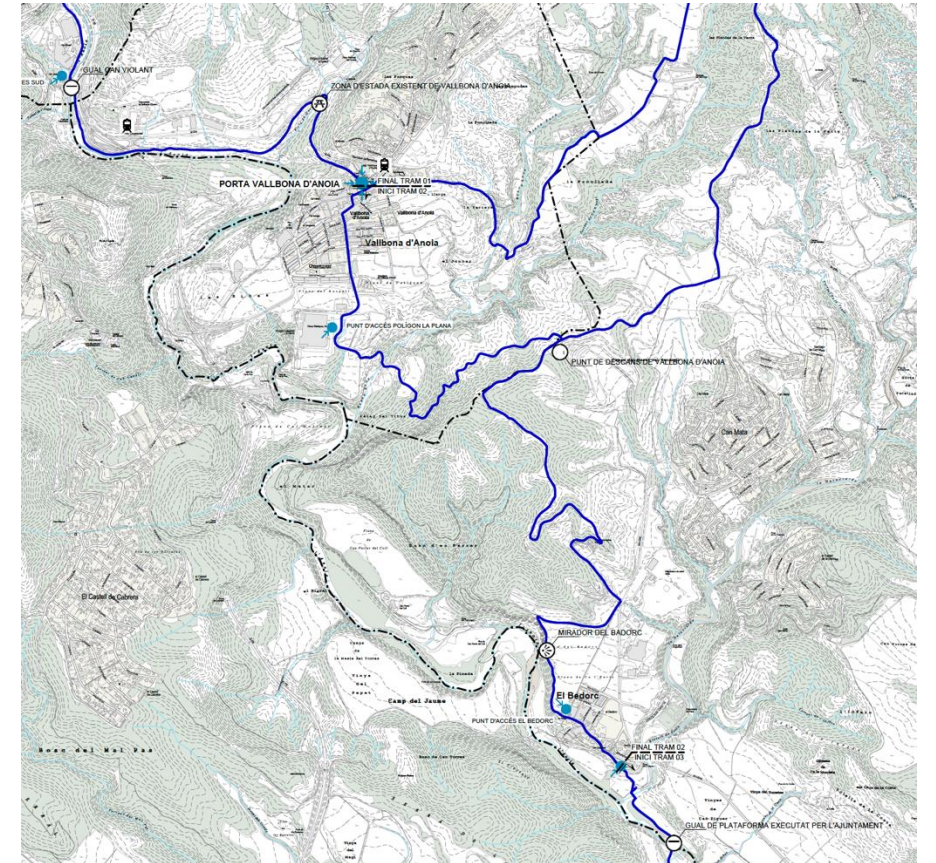
El segon té a veure amb les infraestructures i el producte turístic, i es tracta del projecte **Vies Blaves Barcelona (VBB)** que persegueix ordenar i recuperar el recorregut al costat de les lleres de rius com el Llobregat, el Cardener i l'Anoia al seu pas per la província de Barcelona. Un projecte que neix amb vocació de servei a la mateixa ciutadania, per a que aquesta pugui gaudir d'uns espais de lleure no motoritzats i que, de retruc, també té una important afectació o potencial turístic. Un projecte de prop de 54 milions d'euros que preveu un recorregut de 250 quilòmetres al llarg de 7 comarques i 59 municipis de manera directa així com amb connexions amb municipis propers a les vies, i on s'hi integren 3 parcs naturals, 13 espais naturals protegits i 8 espais turístics.

Del projecte global, ja se n'està executant una primera fase (Via Blava Anoia Fase I) que comprèn 19 quilòmetres de ruta seguint el riu Anoia i que transcorre pels municipis de Jorba, Santa Margarida de Montbui, Igualada, Vilanova del Camí i la Pobla de Claramunt.

La segona fase del projecte, sobre la qual ja s'han iniciat els tràmits d'aprovació i es preveu que s'executi al llarg del 2026, afecta de ple a Vallbona d'Anoia com es pot veure a la imatge adjunta, ja que el recorregut entra al municipi per la zona d'esbarjo de la riera de Querol i el creua pel nucli (estació de tren).

En aquest punt es preveu que es generin dos recorreguts, un en direcció a la zona de les Flandes de Piera i l'altre creuant el nucli, unint-se els dos altre cop per tal d'enfilars cap a El Bedorc. Aquest fet aporta un potencial extra a l'impacte de la Via Blava al municipi ja que es crea una ruta circular amb un punt d'arribada vinculat al tren.

Recorregut previst Via Blava a Vallbona d'Anoia



Font: Diputació de Barcelona.

Conclusions

VALLBONA D'ANOIA PARADA I FONDA

1 - El Camí Ral - Punt d'Atenció al Visitant

L'antic Camí Ral d'Aragó travessa i envolta Vallbona d'Anoia fins a arribar al riu Anoia. En aquest punt s'ha de travessar a guai. De fet, va ser la importància guanyada per aquest vial a partir del segle XII el que va provocar que naixés el poble, que aviat es va anar omplint d'hostals i fondes. Però, en paraules del baró de Maldà, Vallbona es va mantenir «situada en un turó de muntanya, un llogarret de pocas casas que fórman un carrer, ab

la **Iglésia i un campanar sobre**». Un lloc on fer Parada i Fonda i un bon refugi davant dels perills del camí.

La ruta de Vallbona, Parada i Fonda comença en aquest punt. Amb ella podràs recórrer els carrers de Vallbona d'Anoia i descobrir les cases que van ser antigues fondes o hostals, els punts d'interès del poble i conèixer una part important de la seva història.



Ubicació dels hostals històrics de Vallbona d'Anoia

- 1- Inici ruta
- 2- Estació de ferrocarril
- 3- Mirador
- 4- Villa Maria Massagué Cal Bayona
- 5- Safareig
- 6- Casa Creus - Can Carrion
- 7- Torre Sant Joan Ca la Yruda
- 8- Cal Pere de la Costa
- 9- Cal Miquel Ca l'Americano
- 10- Cal Pons
- 11- Casa de la Vila
- 12- Cal Picaró
- 13- Cal Flo
- 14- Cal Valles
- 15- Antiga Eglésia
- 16- Cal Mora Cal Raspall
- 17- Cal Sabat
- 18- Les Festes del Roser
- 19- Eglésia de Sant Bartomeu
- 20- Cal Simón Fonda Simón

Mirador panoràmic Señalització Cases Inici de la Ruta

Diputació Barcelona ALTERNANZA DE VALLBONA D'ANOIA

DAFO a nivell territorial

El Pla estratègic de les Valls de l'Anoia 2019-2023 exposa a mode de resum quines són les principals característiques i la situació del territori on s'ubica Vallbona d'Anoia a nivell turístic. A continuació se n'exposen les principals conclusions*.

DEBILITATS

- Nul·la cohesió interna i visió conjunta del territori.
- Oferta turística incipient i poc diversificada.
- Insuficient oferta d'allotjament en el conjunt del territori.
- Manca de dades sobre visitants a la destinació.
- Absència d'inversió en activitats de promoció i/o comunicació.

AMENACES

- Desconeixement de les Valls de l'Anoia i els seus recursos als mercats emissors.
- Inexistent presència mediàtica i online.
- Competència ferotge d'altres destinacions similars, amb més bagatge turístic, oferta estructurada i molta més inversió en promoció.
- Capacitat de càrrega al límit de la ciutat de Barcelona i algunes zones de Catalunya.

FORTALESES

- El paisatge i les vistes a Montserrat.
- Gran diversitat de corriols, pistes i senders.
- La vinya, l'olivera i el patrimoni vinculat al prehistòric, medieval i paperer.
- La proximitat a Barcelona.
- Voluntat i lideratge de l'administració (Consell Comarcal i Diputació de Barcelona).

OPORTUNITATS

- Projectes en curs com la Via Blava que poden donar un impuls important al territori.
- L'element riu Anoia com a eix vertebrador del territori, element diferencial i creador d'imatge.
- Entorn amb gran potencial per projectar-se en productes actius: bicicleta, senderisme,...
- Tendències turístiques on predomina el contacte amb la naturalesa i la sostenibilitat.

* *Extracte amb els punts més destacats exposats a l'estudi de referència*

DAFO a nivell municipal

DEBILITATS

- Manca d'oferta d'allotjament.
- Dèbil oferta de restauració i comerç, sense elements singulars.
- Capacitat reduïda d'inversió degut a les dimensions del municipi.
- Manca d'eines de comunicació digitals i físiques per a promoure els atractius.
- Espai turístic força desconegut a nivell global, amb només algun element posicionat en l'imaginari turístic català.

AMENACES

- La manca d'oferta immobiliària per a l'obertura de nous negocis turístics d'allotjament i restauració.
- La continua desaparició de negocis i comerços, que treuen vitalitat i atractiu al municipi.
- La pèrdua de capacitat per a mantenir rutes, patrimoni i senyalització en òptimes condicions.
- Dificultat per a retenir i atraure a noves generacions que obrin negocis al territori.

FORTALESES

- Patrimoni arquitectònic i natural senyalitzat i interpretat mitjançant plafons i senyalística.
- Existència de productes turístics com les rutes, la gimcana i les visites guiades.
- Dedicació de recursos tècnics i econòmics, així com estreta vinculació amb estructures supramunicipals.
- Aposta institucional a nivell de territori per al desenvolupament turístic.

OPORTUNITATS

- L'execució del projecte Via Blava, que travessa el municipi.
- Les tendències i canvis d'hàbits turístics, que potencien les sortides curtes en entorns naturals i l'augment de la consciència sobre la sostenibilitat.
- La connexió ferroviària com a mitjà de connexió entre la demanda de proximitat i el destí.
- La proximitat amb àrea metropolitana, com a gran espai emissor d'activitat turística tant local com internacional.

Reflexions finals

- El municipi disposa de productes i recursos turístics d'interès, tant a nivell patrimonial com d'entorn natural i on alguns d'ells estan orientats a públics concrets com el familiar o el turisme actiu, però no té prou identitat i singularitat turística per ser un atractiu per si sol.
- El tancament en els darrers temps de comerços i, sobretot, de negocis de restauració i d'allotjament fa que el municipi no sigui capaç de traduir l'impacte dels visitants en generació de riquesa directa.
- La voluntat per a desenvolupar l'activitat turística i la presència d'una tècnica compartida al llarg dels darrers temps ha donat els seus fruits, fent que el municipi disposi de producte turístic a disposició del visitant.
- Amb tot, manca capacitat i constància en l'estratègia de posicionament i comunicació dels atractius del municipi. En aquest sentit, cal crear nou material turístic i re-activar el web turístic per tal de facilitar la distribució de la informació.
- L'execució del segon tram del projecte Vies Blaves Barcelona (VBB) previst per al 2026 es planteja com una oportunitat per a que el municipi augmenti la seva capacitat d'atracció turística, però cal estructurar producte sobre aquesta nova infraestructura.
- A la zona bàsicament hi ha un visitant de proximitat i específicament de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, que en general realitzen sortides de dia o de curta durada, generant poques pernотacions.
- Manca d'un espai que pugui vertebrar l'oferta turística i l'atenció al visitant, i serveixi també per a consolidar el relat turístic basat en el concepte de "Parada i fonda".

Estratègia i propostes



L'estratègia territorial

El Pla estratègic de turisme de les Valls de l'Anoia 2019 – 2023 estableix un conjunt d'objectius estratègics, dels quals a continuació se'n reproduïxen els que es considera cal tenir més presents a l'hora d'establir les actuacions a nivell local.

- Crear identitat i sentiment d'orgull propi i compartit pel global del territori, tant per les persones físiques com jurídiques, que es tradueixi i visualitzi mitjançant la marca-territori.
- Aprofitar les sinergies i el posicionament de les zones limítrofs del territori (Penedès, Montserrat, ciutat d'Igualada, etc.) tot posant en valor la proximitat i "vinculant-se" als seus atributs.
- Posar en valor i millorar les infraestructures turístiques públiques, especialment aquelles vinculades a l'entorn natural i la seva oferta d'activitats (camins, miradors, espais d'aturada, etc.) i al patrimoni històric-cultural.
- Garantir el caràcter sostenible i respectuós amb l'entorn natural, patrimonial i social del model de desenvolupament turístic i del posicionament objectiu.
- Desenvolupar el concepte "paisatge històric" per tal que articuli el relat conjunt i compartit del territori, alhora que projecti els seus atributs diferenciadors de manera atractiva, original i consistent.

Alhora, des d'Anoia Turisme es desenvolupen plans d'actuació anuals que cal tenir presents. En aquest sentit, aquesta sincronització ja hi és pel fet de que la tècnica compartida aporta la visió global de comarca i la particular del municipi, i per tant s'està al dia de les accions que es duen a terme en clau territorial. Entre aquestes actuacions s'hi troben projectes de creació de producte turístic al voltant del cicloturisme, el senderisme o el producte local, i campanyes de comunicació com "Escapa't a Anoia". A més, es realitza una important tasca de governança a partir de comissions de treball i la relació amb els diferents agents turístics del territori. Tot plegat amb un objectiu clar, desenvolupar una destinació turística sostenible i atractiva durant tot l'any.

Els reptes de Vallbona d'Anoia

Una vegada finalitzada la diagnosi de la situació turística de Vallbona d'Anoia, s'inicia la fase on es planteja quines són les línies de treball i les actuacions a dur a terme per tal de desenvolupar l'activitat turística al municipi. En aquest sentit, s'identifiquen **dos grans reptes** als quals donar resposta:

Augmentar la notorietat del municipi i els seus atractius entre el públic de proximitat, més enllà de la pròpia comarca.

Donar valor al patrimoni local a partir de la creació d'experiències turístiques singulars i de la integració amb altres atractius.

Les actuacions

A continuació es desenvolupen **7 propostes de d'actuacions** a desenvolupar, cadascuna d'elles associada a un o més d'un dels reptes identificats.

1. Re-activació de la presència digital.
2. Fomentar la creació d'un espai d'acollida turística.
3. Campanya de comunicació digital segmentada.
4. Disseny i distribució d'un fulletó turístic.
5. Incentivar la incorporació d'establiments al Programa PIT.
6. Vallbona, hub de la Via Blava.
7. Millores en la senyalització de direcció.

1 | RE-ACTIVACIÓ DE LA PRESENCIA DIGITAL.

DESCRIPCIÓ DE L'ACTUACIÓ

La situació de Vallbona d'Anoia a nivell de desenvolupament turístic és la d'un municipi que tot i no tenir oferta d'allotjament i restauració orientada al visitant, si que ofereix diversos recursos i productes turístics a l'abast del turista.

Per tant, ja s'ha fet sobretot una tasca de creació de producte (rutes, visites guiades, gimcanes digitals, senyalització i interpretació d'elements,...). Amb tot, aquesta tasca no es veu recompensada amb visitants degut sobretot a la manca de capacitat de promoure de manera estable al llarg del temps aquests atractius i productes.

En un moment del temps es va realitzar l'esforç de crear material de difusió, així com un web turístic (www.vallbonaturisme.cat) per a difondre l'oferta. En l'actualitat, aquest web no es troba operatiu, tot i que continua indexat en els resultats dels cercadors.

Per aquest motiu, es considera prioritari recuperar els continguts del web i la seva publicació per tal de facilitar la tasca de promoció del municipi.

OBJECTIUS

- Recuperar la presència digital del municipi en clau turística.
- Facilitar al potencial visitant tota la informació que aquest necessita al llarg del procés d'organització del viatge.
- Revisar, ajustar i ampliar els continguts existents incorporant informació dels voltants.

TASQUES A REALITZAR

- Anàlisi de la situació del domini i el web turístic.
- Revisió de continguts i incorporació de noves informacions.
- Manteniment periòdic.

RESULTATS PREVISTOS

Una major visibilitat del que ofereix el municipi a nivell turístic, així com el canal base sobre el qual vehicular bona part de les accions de comunicació.

ESTIMACIÓ DE RECURSOS

Dedicació de recursos humans per a la gestió de la re-activació del web, i la revisió associada dels continguts per a la seva actualització. Alhora, cal tenir present el cost periòdic anual per al manteniment del servidor i el web, amb un pressupost complementari quan s'hi vulguin realitzar millores.

2 | FOMENTAR LA CREACIÓ D'UN ESPAI D'ACOLLIDA TURÍSTICA.

DESCRIPCIÓ DE L'ACTUACIÓ

La manca de serveis turístics del municipi, sense allotjament, escassa oferta de restauració i sense oferta d'activitats provoca una visita turística molt superficial, amb poc impacte real al municipi. Si bé s'ofereixen propostes com ara rutes a peu i recorreguts autoguiats, la percepció del visitant és que Vallbona d'Anoia ofereix poc més que una passejada.

Amb tot, la propera execució del projecte Vies Blava Barcelona on el municipi queda connectat amb aquesta ruta que vol convertir-se en un producte turístic de gran abast, obre la porta a possibilitats de creació de nous productes d'àmbit més local, sumats a aspectes com la connexió amb el tren i altres propostes turístiques properes.

Per a vertebrar aquests elements, es proposa la de fomentar la creació d'un espai d'acollida turística al municipi. Un espai que ofereixi diversos serveis com ara el d'oficina de turisme o punt d'informació turística, creació d'activitats, lloguer de bicicletes, interpretació del patrimoni local i, fins tot, un servei bàsic de restauració promovent els productes locals.

Crear un servei d'aquestes característiques des de l'administració pública és molt complex degut a les restriccions a nivell de normativa i al voltant de la gestió dels recursos humans, però si que l'administració pot establir les bases o facilitar que això succeeixi. I al territori hi ha exemples que ho corroboren.

Com a exemple que segurament més s'ajusta a la proposta que es realitza hi trobaríem el cas del [Centre de Dinamització de Turisme Sostenible](#) a l'estació del ferrocarril de Palautordera.

Aquest espai, ubicat a l'estació de tren de Santa Maria de Palautordera allotja un projecte de dinamització turística i social on l'ajuntament amb suport de diverses línies d'ajut està rehabilitant l'edifici i on, a la seva planta baixa, s'hi ubica el Centre de Dinamització. A partir de la recuperació i equipament de l'espai, l'ajuntament ha realitzat una [concessió a una empresa privada](#) (Rutatur) per tal de que gestioni l'espai i el dinamitzi a partir d'oferir atenció turística però també activitats pedagògiques, lloguers de bicicletes, rutes,... a canvi d'un cànon mensual.

En aquest cas, es proposa que des de l'Ajuntament de Vallbona d'Anoia es realitzin les gestions pertinents per a la compra, lloguer o cessió d'un espai al municipi per tal d'arranjar-lo i, posteriorment, concessionar-lo a una empresa externa per tal de que el dinamitzi. Després d'un anàlisi dels potencials espais del municipi, es proposa que es valorin aquestes dues opcions:

- Cal Sabaté, pel seu valor històric com a espai de referència, ubicació dins el nucli i amb aparcament proper, tot i que el cost d'arranjament i adequació s'intueix molt elevat.
- Cal Saumell, per la seva ubicació just davant l'estació de tren i amb un cost d'arranjament a priori inferior.

2 | FOMENTAR LA CREACIÓ D'UN ESPAI D'ACOLLIDA TURÍSTICA.

OBJECTIUS

- Establir un punt de referència turístic al municipi, capaç de motivar la visita i atendre al visitant.
- Dinamitzar l'experiència turística al territori aportant noves propostes vinculades a la singularitat de la zona.

TASQUES A REALITZAR

- Estudi de viabilitat de compra i arranament de l'espai.
- Definició del model de negoci de l'espai d'acollida turística, identificant els serveis a oferir.
- Cerca de suports externs per al finançament del projecte (compra – adequació - contingut)
- Processos de licitació d'obres, creació de continguts, concessió externa,...

RESULTATS PREVISTOS

Obertura d'un punt de dinamització de l'activitat turística al municipi i al territori, facilitant l'ampliació de l'estada al visitant i contribuint a una millor atenció al visitant i la seva experiència turística.

ESTIMACIÓ DE RECURSOS

En aquest estadi inicial és complex concretar els recursos necessaris per a dur a terme l'acció, però d'entrada es visualitza:

- Cost econòmic de l'encàrrec per a la viabilitat del projecte.
- Cost econòmic de la compra de l'espai, arranament i adequació.
- Cost econòmic anual per a oferir a l'empresa concessionària un ingrés mínim per la tasca d'informació i dinamització turística.

SERVEIS PREVISTOS

- Punt d'informació turística.
- Espai d'interpretació de la singularitat del municipi (Vallbona, parada i fonda).
- Lloguer de bicicletes.
- Creació de propostes i activitats (visites guiades, packs combinats,...).
- Tasques tècniques de dinamització turística del municipi i rodalies.

3 | CAMPANYA DE COMUNICACIÓ DIGITAL SEGMENTADA.

DESCRIPCIÓ DE L'ACTUACIÓ

A dia d'avui la presència digital de Vallbona d'Anoia és molt limitada degut a la manca d'un web turístic operatiu, així com per la inexistència de perfils a xarxes socials i similars. La presència del municipi i les seves propostes es vincula sobretot a les accions que realitza Anoia Turisme a nivell de territori, i a alguna comunicació de persones individuals que han visitat Vallbona d'Anoia.

Per aquest motiu es proposa que a partir de la recuperació del web turístic, s'estableixi un pressupost anual estable dedicat al posicionament online de les propostes turístiques existents. Una campanya molt orientada a públics objectiu i propostes concretes i segons temporalitats.

En aquesta línia hi ha tant el treball d'aspectes vinculats al posicionament orgànic de continguts del web turístic, com a la promoció de propostes (rutes, gimcana, visites guiades...) a xarxes socials i resultats als cercadors, i a l'establiment de relació amb prescriptors digitals. Accions que es preveu que es coordinin amb Anoia Turisme per tal d'optimitzar-ne el seu rendiment.

A més de la segmentació segons propostes i temporalitats, cal tenir present la segmentació de públic, orientant els esforços vers el públic familiar i actiu de proximitat.

OBJECTIUS

- Augmentar la presència de les propostes turístiques de Vallbona al món digital.
- Focalitzar els esforços en comunicar propostes concretes als públics més interessats.

TASQUES A REALITZAR

- Determinació del pressupost.
- Definició dels objectius, propostes a comunicar i públics a qui comunicar.
- Desenvolupament de les actuacions previstes.
- Control i seguiment de resultats per a incorporar millores.

RESULTATS PREVISTOS

Un major coneixement per part del públic objectiu dels atractius i propostes turístiques de Vallbona, assolint un increment de les opcions de realitzar-hi visita.

ESTIMACIÓ DE RECURSOS

Els recursos es centren bàsicament en la determinació d'un pressupost segons les possibilitats existent, a distribuir al llarg de l'any segons temporalitats i interessos, per tal que o bé de manera interna o bé mitjançant la contractació d'una empresa externa especialitzada, es defineixi i executi el pla d'accions digitals.

En aquest sentit, es proposa establir un pressupost d'entre 50 i 70 euros mensuals, a aplicar entre els mesos de març a octubre. Aquí cal sumar-hi el cost d'execució (si es tracta d'una empresa externa).

4 | DISSENY I DISTRIBUCIÓ D'UN FULLETÓ TURÍSTIC.

DESCRIPCIÓ DE L'ACTUACIÓ

A nivell de material de difusió de les propostes turístiques de Vallbona d'Anoia, actualment el municipi disposa d'un plànol informatiu elaborat conjuntament amb Anoia Turisme i que s'incorpora a la col·lecció "nuclis amb encant", on per una banda hi ha un plànol dibuixat amb els elements més destacats i per l'altra una breu explicació d'aquests elements, en català. Alhora, queden alguns elements del fulletó "Vallbona, parada i fonda" tot i que ja no tenen sentit ja que el contingut està des actualitzat.

Per aquest motiu, es proposa el disseny d'un fulletó turístic, a mode de flyer d'un sol cos imprès per davant i darrera per tal d'abaratir costos, que comunicui quines activitats es poden fer al municipi i orientat a un públic familiar que es troba al territori.

En concret, un fulletó que inclogui informació de manera molt visual i amb enllaços per a ampliar dades sobre la gimcana digital i les rutes que s'ofereixen (pedra seca i parada i fonda).

Aquest material, una vegada imprès, hauria d'estar disponible en els diferents comerços del municipi però, sobretot, en punts i negocis turístics (oficines de turisme, allotjament, restauració, museus...) propers al municipi per tal de captar l'atenció d'aquell visitant que es troba al territori.

OBJECTIUS

- Augmentar la presència de les propostes turístiques de Vallbona al món físic.
- Captar l'atenció d'aquell visitant que ja es troba a la destinació i cerca coses a fer properes.

TASQUES A REALITZAR

- Contractació del disseny i impressió del fulletó.
- Distribució del material entre els comerços locals i, sobretot, entre els punts d'informació i negocis turístics de proximitat.
- Seguiment i reposició del material per a mantenir l'exposició estable.

RESULTATS PREVISTOS

Una major coneixement per part tant del públic local com del visitant que es troba a la destinació de les possibilitats de descoberta del municipi.

ESTIMACIÓ DE RECURSOS

El cost de disseny i impressió del fulletó varia en funció de la quantitat a imprimir, però s'estima un cost de disseny al voltant dels 500 euros, i un cost d'impressió d'uns 300 euros per una quantitat d'unes 2-3.000 unitats.

El cost de distribució pot establir-se en un cost de temps per part de personal propi, on potser cal incorporar-hi el cost dels desplaçaments.

5 | INCENTIVAR LA INCORPORACIÓ D'ESTABLIMENTS AL PROGRAMA PIT.

DESCRIPCIÓ DE L'ACTUACIÓ

El Programa de Punts d'Informació Turística de la Diputació de Barcelona és una iniciativa totalment consolidada i amb presència també a la comarca de l'Anoia mitjançant la qual es forma i acredita a negocis i equipaments vinculats a l'activitat turística per tal de que puguin acollir i informar al turista durant la seva estada a la destinació.

En aquest sentit es proposa fomentar la incorporació, de la mà d'Anoia Turisme com a referent comarcal, d'almenys un dels comerços / serveis del municipi al Programa, habilitant així un punt d'informació al municipi. Tot i que es preveu en l'acció número 2 crear un Espai d'Acollida Turística plantejat a l'acció número 2, aquest PIT pot conviure perfectament amb el nou espai i complementar la capacitat d'acollida del municipi.

OBJECTIUS

- Facilitar un punt de referència pel visitant durant la seva estada al municipi.
- Ampliar la capacitat i qualitat d'acollida turística del municipi.

TASQUES A REALITZAR

- Visita als establiments locals per a explicar el Programa, així com els seus avantatges i obligacions.
- Acompanyar en el procés d'adhesió i participació del Programa.

RESULTATS PREVISTOS

- Oferir un punt de suport al visitant durant la seva estada.
- Ampliar el coneixement dels negocis locals al voltant dels atractius turístics del territori.
- Increment de la capacitat tècnica dels membres del Programa PIT.

ESTIMACIÓ DE RECURSOS

No s'estimen costos econòmics associats a l'actuació, sinó que es requereix dedicació a nivell de recursos humans per a l'acompanyament del procés d'adhesió al Programa.

6 | VALLBONA, HUB DE LA VIA BLAVA.

DESCRIPCIÓ DE L'ACTUACIÓ

L'execució del projecte Via Blava Barcelona (VBB) es preveu que generi un impacte important al territori per l'abast i les característiques del recorregut, que alhora s'alinea amb les tendències d'una pràctica turística més activa i respectuosa amb l'entorn. Una previsió d'impacte no només turístic, sinó també en clau territorial com a infraestructura per a la població local i la seva capacitat de moure's per lleure dins el territori.

Per aquest motiu, i sumant-hi que en el seu pas per Vallbona d'Anoia es preveu que a més de la connexió lineal amb les poblacions veïnes hi hagi un disseny del recorregut que permet fer una ruta circular que obre les opcions en quant a públics potencials.

Aquests fets, i l'existència de l'estació de tren i la connexió de la línia ferroviària amb ciutats importants a una distància reduïda, permet plantejar el posicionament de Vallbona d'Anoia com a punt destacat de la ruta. Donant d'aquesta manera continuïtat al fil conductor de "Vallbona, parada i fonda" però aplicat al producte bicicleta i tren.

En aquest sentit, es planteja treballar en la línia de projectes similars en territoris propers com pot ser la iniciativa "[Tren bici Penedès](#)" on es desenvolupen productes combinats.

Amb tot, per a desenvolupar aquest posicionament cal combinar una comunicació segmentada i, també, treballar per a la concreció de l'acció número 2 com a peça bàsica per a crear producte. Alternativament, també es pot plantejar el treball amb operadors locals que ja treballen el producte en territoris propers per tal d'ampliar el seu portafoli de producte incorporant Vallbona d'Anoia.

OBJECTIUS

- Maximitzar l'impacte del pas de la Via Blava pel municipi creant productes vinculats.
- Generar noves propostes turístiques alineades amb les tendències del consumidor.

TASQUES A REALITZAR

- Desenvolupament de productes combinats bicicleta i tren.
- Campanya de comunicació i posicionament de Vallbona d'Anoia com a referència dins la Via Blava.

RESULTATS PREVISTOS

- Increment de la capacitat d'oferta d'activitats turístiques al municipi.
- Major posicionament del municipi en clau turística.
- Augment del nombre de visitants vinculats a la descoberta activa del territori.

ESTIMACIÓ DE RECURSOS

D'entrada cost es vincula a l'elaboració de materials i accions de comunicació per a transmetre el missatge explicant els avantatges i les possibilitats de Vallbona d'Anoia com a punt d'inici i connexió de sortides amb bicicleta.

7 | MILLORES EN LA SENYALITZACIÓ DE DIRECCIÓ.

DESCRIPCIÓ DE L'ACTUACIÓ

Un dels aspectes a millorar a nivell d'accessibilitat turística és la gestió de com el visitant arriba al municipi. Si aquest arriba en tren, la mobilitat interna és senzilla ja que l'estació de tren es troba ben ubicada dins al nucli i a escassos metres de la zona que podríem considerar més turística.

Per contra, quan el visitant arriba en vehicle propi, la mobilitat no és tant evident. Tot i que hi ha diversos espais d'aparcament gratuït, a més d'espais de lliure aparcament en diversos carrers, es denota una manca de senyalització més evident que condueix al visitant als punts d'aparcament com els ubicats a l'antiga església, darrera l'ajuntament o al Parc de la Bals (on hi ha les places d'autocaravanes) i des d'on s'inicien algunes de les rutes de senderisme.

Així doncs, es proposa revisar la senyalització per tal d'establir la continuïtat necessària que faciliti que el visitant segueixi el recorregut que més ens interessa, per tal d'integrar el flux de visitants amb el dia a dia del municipi.

OBJECTIUS

- Facilitar la mobilitat amb vehicle privat del visitant.
- Establir punts d'arribada i de connexió amb els atractius turístics del municipi.
- Afavorir els recorreguts a peu per dins el nucli.

TASQUES A REALITZAR

- Revisió de la senyalització existent.
- Disseny del recorregut que es vol que el visitant realitzi.
- Execució dels canvis plantejats.
- Comunicació dels espais i recorreguts per tal de difondre la nova mobilitat.

RESULTATS PREVISTOS

- Una visió clara de com moure's pel municipi per part del visitant.
- Una major qualitat de visita ja que el visitant es mou fàcilment pel municipi.

ESTIMACIÓ DE RECURSOS

Dedicació de recursos humans per a la reorganització de la senyalística i un pressupost variable per a la producció dels senyals i la seva instal·lació.

Resum i priorització de les accions

	ACCIONS	PRIORITAT	DIFICULTAT	PRESSUPOST	FONT DE RECURSOS
1	Re-activació de la presència digital.	ALTA	BAIXA	BAIX	Recursos propis
2	Fomentar la creació d'un espai d'acollida turística.	MITJA	ALTA	ALT	DIBA: Programa general d'inversions / Catàleg DIBA
3	Campanya de comunicació digital segmentada.	ALTA	BAIXA	MIG	Recursos propis
4	Disseny i distribució d'un fulletó turístic.	ALTA	BAIXA	MIG	Recursos propis / Catàleg DIBA
5	Incentivar la incorporació d'establiments al Programa PIT.	MITJA	MITJA	BAIX	Recursos propis / Programa PIT DIBA
6	Vallbona, hub de la Via Blava.	MITJA	MITJA	ALT	Recursos propis / Anoia Turisme / Catàleg DIBA
7	Millores en la senyalització de direcció.	BAIXA	BAIXA	MIG	Recursos propis

PRIORITAT: estableix la urgència d'implementació de l'actuació per a produir un impacte positiu. Com més urgent, més alta és la prioritat.

GRAU DE DIFICULTAT: defineix la complexitat del projecte i durada en el temps. Com menys dificultat major facilitat de realització.

PRESSUPOST: indica la intensitat d'esforç econòmic i de recursos humans necessari per a desenvolupar l'actuació. Com més alt, més complexitat d'execució.

PROPOSTA D'ACTUACIONS DE CAIRE TERRITORIAL

Com s'ha vist en la fase d'anàlisi, bona part del posicionament de Vallbona d'Anoia en clau turística depèn de la capacitat del territori (Valls d'Anoia – Anoia comarca) de vertebrar producte i posicionar-se dins l'imaginari turístic català. I aquest posicionament passa tant per la creació de producte com per la comunicació turística. En aquest sentit, fa temps que Anoia Turisme treballa de manera estable sobre aquests dos pilars, amb exemples de productes com “Anoia, terra de Castells” o “Senders de l'Anoia” entre d'altres i campanyes de posicionament com “Escapa't a l'Anoia”.

En aquesta línia, hi ha dos productes on Vallbona d'Anoia hi té potencial però que caldria vertebrar de manera estructurada a nivell de territori, i per tant, caldria la implicació o el lideratge d'Anoia Turisme:

- **La creació del Programa “Deixa't guiar per l'Anoia”**, on es reculli bona part de les visites guiades que ja es realitzen a iniciativa municipal al llarg de l'any i es compactin en un mateix discurs i estratègia comunicativa. D'aquesta manera, a més d'unir esforços en termes comunicatius s'aconsegueix oferir un producte més sòlid i potent al visitant, que percep de manera clara i corporativa les diferents propostes del territori. És evident que en aquest punt caldria una tasca de coordinació per tal d'evitar duplicitat de calendari i/o temàtiques, així com identificar mancances i millores en el producte.
- Desenvolupament del **Camí Ral com a producte turístic** a nivell comarcal. El territori ja compta amb una xarxa de senders, i també compta amb el pas d'itineraris de gran recorregut com el Camí Ignasià per la part nord de la comarca. En aquesta línia, la [recuperació del traçat del Camí Ral](#) com a producte turístic orientat al senderisme i el cicloturisme augmentaria l'oferta d'aquesta tipologia de producte i generaria un nou eix vertebrador a la part sud de la comarca. Amb tot, cal estudiar-ne la viabilitat en termes tant de dificultat del recorregut, com de distàncies/etapes i serveis existents al llarg del recorregut.

Pla estratègic de turisme Vallbona d'Anoia



Febrer 2025

