

# PLA LOCAL DE TURISME DE MASQUEFA

DIPUTACIÓ DE BARCELONA  
AJUNTAMENT DE MASQUEFA

**MARÇ 2023**

## DECABA

TURISME I DESENVOLUPAMENT LOCAL

**Dades fiscals de l'empresa**

Despatx Capellà Ballbé S.L.

Platja 38, 17258 L'Estartit

NIF B55013122

## ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ .....	3
2. METODOLOGIA I OBJECTIUS .....	4
3. ANÀLISI DE LA DOCUMENTACIÓ.....	6
4. MASQUEFA COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA .....	35
5. VALORACIÓ DE L'IMPACTE DEL TURISME PER PART DELS AGENTS TURÍSTICS I LA POBLACIÓ LOCAL .....	56
6. CONCLUSIONS DIAGNOSI .....	58
7. ANÀLISI DAFO DE MASQUEFA .....	60
8. TENDÈNCIES VACACIONALS QUE S'ESTAN IMPOSANT .....	63
9. SEGMENTS DE VISITANTS I TIPOLOGIES DE PRODUCTES.....	79
10. LÍNIES ESTRATÈGIQUES I PLA D'ACCIÓ.....	88

# 1. INTRODUCCIÓ

Masquefa és un municipi on el turisme ha tingut un pes poc rellevant en la seva economia, degut a la seva ubicació geogràfica, a certa distància dels principals pols turístics i també, degut a la seva història socioeconòmica més vinculada a una tradició agrícola i industrial.

Per tant, Masquefa, en el si de la comarca de l'Anoia, ha quedat al marge del desenvolupament del turisme de masses que ha marcat l'economia de l'estat espanyol des de mitjans dels anys 70 fins al present. No obstant això, davant les noves tendències de la indústria turística, que aposta per un turisme sostenible, de natura i vinculat al territori, Masquefa disposa de recursos que poden fer que la vila sigui partícip d'aquesta nova economia.

En aquest sentit, l'Ajuntament de Masquefa ha començat a treballar en alguns projectes que tenen per objectiu atraure un turisme sostenible i cultural i poder així, també, diversificar l'economia de la vila. Per tal de definir les línies a seguir en l'estratègia turística del municipi, l'Ajuntament ha encarregat l'elaboració d'un Pla Local de Turisme de Masquefa. Aquest pla ha de tenir en compte les tendències actuals en temes de digitalització, sostenibilitat, responsabilitat i economia circular que s'estan implantant en el sector turístic a nivell global, per adaptar-les a les necessitats i la casuística del municipi.

## 2. METODOLOGIA I OBJECTIUS

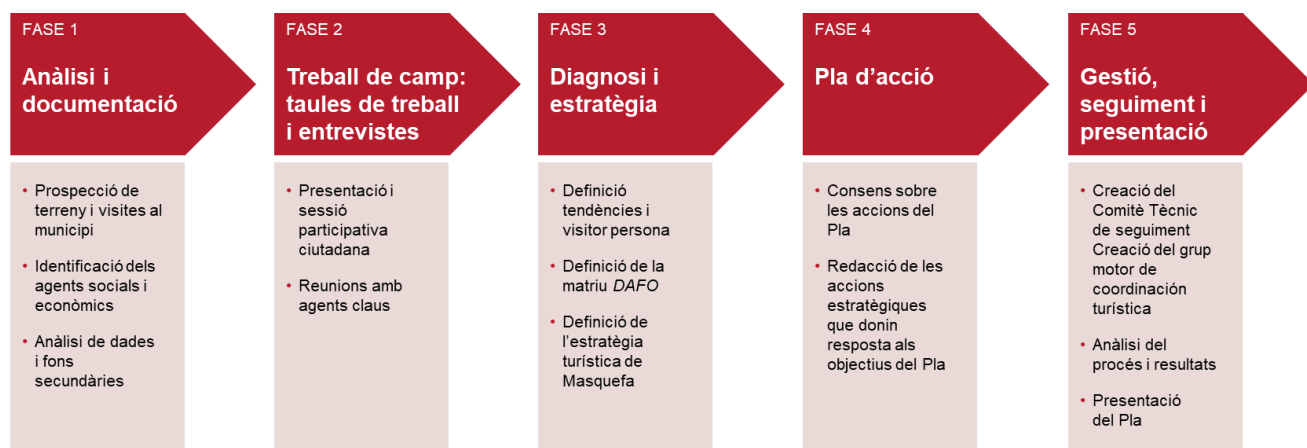
La metodologia utilitzada en aquesta proposta es basa en una part d'anàlisi documental de la situació actual del turisme en el municipi, així com dels projectes que s'han i s'estan desenvolupant, i en una altra part de treball de camp amb la visita als recursos turístics i la realització d'entrevistes i l'anàlisi dels resultats de la participació ciutadana duta a terme en el marc del disseny de creació de la marca Masquefa.

Els instruments metodològics que s'han utilitzat en cadascun dels apartats, tenen com a finalitat vetllar pel bon desenvolupament de l'assistència tècnica i l'assoliment dels objectius establerts. S'ha constituït un Comitè Tècnic de Seguiment del Pla, format per l'Ajuntament de Masquefa i DECABA Turisme.

Pel què fa a la metodologia, la proposta del pla local s'estructura tenint en compte les següents fases:

1. Anàlisi, documentació i prospecció de terreny.
2. Treball de camp: taules de treball i entrevistes.
3. Diagnosi i estratègia.
4. Pla d'acció.
5. Gestió, seguiment i presentació.

En la primera entrega lliurada, es van presentar els resultats de la fase 1, fase 2 i una part de la fase 3.



## 2.1. Objectius

L'objectiu general és definir el model turístic de Masquefa, estructurant les propostes que l'Ajuntament té previst desenvolupar, per tal de donar-li continuïtat de futur i permetre així potenciar les diferents activitats econòmiques vinculades al turisme i vertebrar una oferta sostenible i de qualitat.

Objectius específics:

- Estructurar i dotar de continuïtat els projectes turístics que l'Ajuntament ja ha iniciat.
- Proposar noves línies de treball per al desenvolupament i promoció d'un turisme *slow*, sostenible i cultural.
- Integrar Masquefa dins l'estratègia turística de la comarca de l'Anoia.
- Posar en valor els recursos de la vila per incentivar a visitar Masquefa aquells que hi vinguin per un motiu no turístic.
- Implicar els agents turístics, tant públics com privats, en un procés de treball en xarxa.

### 3. ANÀLISI DE LA DOCUMENTACIÓ

Aquesta primera part del document consisteix en una recopilació i anàlisi de la informació que està vinculada amb el turisme a Masquefa i que permet acostar-nos a la realitat turística del municipi i conèixer les accions passades, actuals i futures del consistori en aquest àmbit, així com les seves prioritats.

La documentació analitzada s'ha dividit en els següents apartats:

- Documents facilitats per l'Ajuntament de Masquefa. En total s'han analitzat 5 documents:

#### DOCUMENTS FACILITATS PER L'AJUNTAMENT MASQUEFA

Pla d'Actuació de Mandat 2020 – 2023

Agenda Urbana de Masquefa 2030

Projecte de conceptualització disseny i creació de la marca Masquefa

Masquefa: conèixer per reconèixer. De castell dubtós a carrer de Barcelona (Anoia Patrimoni – 2022)

La Fàbrica Rogelio Rojo (Anoia Patrimoni – 2022)

Església de Sant Pere i la Santa Creu (Anoia Patrimoni – 2022)

- Documents facilitats pel Consell Comarcal de l'Anoia:

#### DOCUMENTS FACILITATS PEL CONSELL COMARCAL DE L'ANOIA

Pla Estratègic de Turisme Valls de l'Anoia 2019 - 2023

- Webs d'interès per a la planificació turística de Masquefa

#### WEBS D'INTERÈS PER A LA PLANIFICACIÓ TURÍSTICA DE MASQUEFA

Web Mira Masquefa

Web Anoia Turisme

Web DO Penedès

- Documents de la Diputació de Barcelona

#### DOCUMENTS DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA

Activitat turística de la destinació de Barcelona. Dades 2020

Estudi de reputació turística online de la regió de Barcelona

Balanç de l'activitat turística estiu 2022 a l'entorn de Barcelona

Identificació i posada en valor dels actius potencials cicloturístics de la província de Barcelona

- Documents de la Generalitat de Catalunya

#### DOCUMENTS DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA

### 3.1. Documents aportats per l'Ajuntament de Masquefa

#### PLA D'ACTUACIÓ DE MANDAT 2020 - 2023

Any: 2020

Promotor: Ajuntament de Masquefa

#### [ENLLAÇ](#)

El Pla d'Actuació del Mandat presenta les línies de treball de l'acció de govern municipal per al mandat 2019-2023. Es basa en cinc objectius a partir dels quals es desglossen les actuacions del govern.

Dins el segon objectiu estratègic que busca "promoure el creixement econòmic, la innovació i l'ocupació de qualitat al municipi" s'hi despenguen tot un seguit d'actuacions per a "planificar la promoció del territori per atraure capital econòmic i humà i així com generar una visió d'orgull intern". Part important d'aquestes actuacions estan encaminades a començar a generar una economia vinculada amb el turisme a Masquefa:

- Redacció del projecte de *branding place* per a Masquefa
- Determinació d'una marca del territori
- Disseny d'una estratègia vers les oportunitats que genera la UE.
- Cerca d'ambaixadors de Masquefa: xarxa de persones que volen promoure Masquefa en el seu lloc de residència actual.
- Realització d'una campanya per posar en valor el CRARC com a motor turístic del municipi.
- Elaboració d'un Pla Estratègic de Turisme.
- Creació d'Espais d'estacionament d'autocaravanes per fomentar el turisme camper al municipi.
- Adequació dels espai El Turó, Cementiri Vell i Turó del Met per esdevenir zones de tranquil·litat i reflexió personal
- Millora de la senyalització d'equipaments, del patrimoni local i dels elements d'interès turístic.
- Suport i participació a projectes comarcals en l'àmbit turístic.

---

**Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa**

---

- 
- Conèixer les línies estratègiques que l'Ajuntament té planejades en l'àmbit del turisme per tal d'analitzar la seva idoneïtat i incorporar-les dins del Pla Estratègic en el cas que es cregui oportú.
- 

## **AGENDA URBANA DE MASQUEFA 2030**

Aquest document presenta l'Agenda Urbana de Masquefa per a l'horitzó temporal 2030. És un document que s'estructura en vuit seccions i sis Annexes. En primer terme es descriu el marc de referència global de les Agendes Urbanes, per, en un segon apartat presentar els objectius per a Masquefa. Tot seguit es desglossa el Pla de treball per a la seva elaboració i seguiment. El quart punt és el model de governança que es proposa tant per elaborar el Pla com per al seu seguiment. A continuació, es presenta una anàlisi tècnica que té per objectiu exposar un seguit de variables que permetin avaluar de manera objectiva la qualitat i sostenibilitat de la realitat urbana de Masquefa. El setè punt presenta la diagnosi territorial on es reconeixen les problemàtiques, necessitats, potencialitats i factors externs que defineixen la situació del municipi. A partir d'aquesta diagnosi, es presenta el Pla d'Accions a desenvolupar en l'horitzó temporal 2030.

L'Agenda Urbana de Masquefa és un document presentat l'any 2022, que té per objectiu materialitzar a Masquefa els principis i objectius de l'Agenda 2030 adoptada per l'Assemblea General de la ONU el 25 de setembre de 2015. És un document que va més enllà del POUM (tot i que en recull els seus objectius i línies d'actuació), perquè depassa la visió merament urbanística, per tal d'incidir en totes les àrees i temàtiques que impliquen a la vila i els seus ciutadans.

L'Agenda 2030 planteja 17 objectius universals i 169 fites per a ser assolits a l'any 2030. L'any 2016, l'Assemblea General de les Nacions Unides aprova el document de la Nova Agenda Urbana, que marca la pauta de les polítiques urbanes dels països membres de la ONU.

Els objectius de l'Agenda Urbana de Masquefa són:

- Millorar la qualitat de l'entorn urbà de Masquefa d'acord amb els conceptes de salut, inclusió, sostenibilitat i resiliència urbana.
- Proposar accions concebudes sota una sèrie d'objectius estratègics comuns que permetin desenvolupar polítiques, programes i projectes coordinats.
- Promoure el desenvolupament i la implementació de polítiques urbanes transversals que tinguin en compte els diferents àmbits que conformen les polítiques urbanes.
- Millorar l'eficiència d'aquestes polítiques afavorint la prioritització de les inversions públiques en relació amb els objectius de l'Agenda.

- Facilitar l'accés a les finances externes alineant-se amb les tendències cada vegada més clares de pensar en aquests documents com a marcs generals d'accés al finançament

Els objectius generals són els següents:

- Convertir Masquefa en un municipi referent de la sostenibilitat i la qualitat de vida.
- Fomentar la cohesió, la inclusió social i el sentiment de pertinença dels habitants de Masquefa.
- Convertir Masquefa en un municipi referent en l'economia circular, tot creant un pol d'innovació i formació en economia verda i circular
- Millorar la connectivitat tant interna com externa, reforçant el "tramvia urbà" incorporant-lo en les dinàmiques de mobilitat urbana, fomentant el transport a peu i amb bicicleta.
- Generar un marc de coordinació i d'execució dels processos de reflexió estratègica que tenen lloc al municipi PAM, POUM, Marca de Masquefa.

Les temàtiques en que es divideix la diagnosi i el Pla d'Accions de l'Agenda urbana 2030 són les següents:

- Territori, paisatge i infraestructura verda.
- Model urbà
- Canvi climàtic
- Gestió de recursos i economia circular
- Mobilitat sostenible
- Inclusió social i igualtat d'oportunitats
- Models productius i economia urbana
- Habitatge
- Instruments, governança i qualitat democràtica

Dins la temàtica de Models productius i economia urbana es desplega la diagnosi i Pla d'Accions en Turisme Sostenible.

En la diagnosi, en relació al Turisme sostenible és destaca que Masquefa està treballant per obtenir la certificació Biosphere. També es posa de relleu la necessitat de millorar la comunicació entre el CRARC i l'Ajuntament, perquè en ocasions, des del CRARC es duen a terme accions interessants que podrien ser una oportunitat per promocionar el municipi. També es fa esment de la voluntat d'incorporar un parc per a caravanes.

Dins la temàtica de turisme sostenible, l'Agenda Urbana presenta un seguit d'actuacions per a treballar el turisme a la vila, però també hi ha d'altres actuacions en d'altres temàtiques, que poden beneficiar positivament el desenvolupament turístic de Masquefa d'una manera més o menys indirecta. Les exposem a continuació.

Dins els objectius de turisme sostenible es plantegen les següents accions:

- Obtenir el certificat de sostenibilitat Biosphere.

- Utilitzar el banc d'imatges de la vila com a estratègia per a promocionar Masquefa.
- Desenvolupar una àrea de autocaravanes.

Entre les accions que es proposen dins l'objectiu de "regular els usos del sòl no urbanitzable", que tenen implicacions turístiques, hi ha la següent acció rellevant a nivell turístic:

- Desenvolupar nous itineraris de senderisme senyalitzats.

Pel que fa a l'objectiu de "crear una carta del paisatge per preservar el valor del sòl", s'hi destaca la següent acció amb implicació dins l'àmbit del turisme:

- Desenvolupar un Pla Estratègic Verd Urbà que s'adapti a les necessitats del municipi.

Dins de l'objectiu general de "desenvolupar carrils bici-VMP que connectin municipis i zones verdes", es preveu la següent acció que pot ser beneficiosa a nivell turístic:

- Crear aparcaments de bicicletes i VMP segurs als accessos del pavelló, el CRARC i el complex esportiu municipal.

Per últim, en l'objectiu "d'adaptar i pacificar més carrers per a vianants i desenvolupar més zones per a vianants", es defineix aquesta acció, també necessària per al desenvolupament turístic de Masquefa:

- Pacificar els carrers que uneixen els nuclis del municipi.

Totes aquestes accions estan previstes per al període 2022-2023, excepte la obtenció del certificat Biosphere, que està previst pel 2024-2027 i el desenvolupament d'un Pla Estratègic Verd Urbà que està previst pel període 2028-2030.

---

### **Interès per a la planificació turística de Masquefa**

---

- Ens permet conèixer quines són les actuacions ja previstes des de l'Ajuntament en l'àmbit del turisme sostenible i en àrees com la mobilitat, la regulació dels usos del sòl o el paisatge que puguin beneficiar positivament el desenvolupament turístic de la vila.
  - Permet conèixer els objectius generals que té la vila de Masquefa per als pròxims anys, per tal de guardar coherència amb aquests en la planificació turística.
- 

<b>PROJECTE DE CONCEPTUALITZACIÓ, DISSENY I CREACIÓ DE LA MARCA MASQUEFA</b>
--

Any: 2022

Autor: Universitat de Vic

Aquest document recull el procés de conceptualització d'una Marca territorial per a Masquefa, amb l'objectiu de planificar la promoció del territori per atreure capital econòmic i humà, així com generar una visió d'orgull intern.

És un projecte encarregat a la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic i que ha tingut el suport de la Diputació de Barcelona.

L'origen del projecte de conceptualització d'una marca Masquefa, rau en el Pla d'Acció Municipal (PAM) pel mandat 2020 – 2023. Concretament, despenja del l'objectiu 2 del PAM que busca “Promoure el creixement econòmic, la innovació i la ocupació de qualitat al municipi” i, més precisament del objectiu específic 2.4 que preveu “Planificar la promoció del territori per atreure capital econòmic i humà, així com generar una visió d'orgull intern”.

El document s'estructura en 4 parts:

- Una primera de diagnosi general del municipi que recull la seva situació geogràfica, dades socioeconòmiques, la història, el escut municipal, el patrimoni i una anàlisi de la cobertura mediàtica de Masquefa, per concloure amb una anàlisi DAFO i unes posterior conclusions.
- Una segona part, on s'exposa la narrativa de marca en base els valors tangibles i intangibles de Masquefa, per acabar proposant una narrativa territorial per a Masquefa.
- Una tercera part de resum amb les conclusions finals de les línies de treball per a la marca Masquefa.
- La quarta part hi trobem els annexos amb les entrevistes en profunditat i *els focus group*.

La **diagnosi** fa un repàs per tots els aspectes de la vila de Masquefa. A tall de resum es presenta la següent DAFO

Debitats	Amenaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipi relativament petit (menys de 10.000 habitants).</li> <li>• Poc conegut a nivell català i estatal.</li> <li>• Poca presència mediàtica.</li> <li>• Imatge mediàtica sovint vinculada a fets negatius i poc representatius de la realitat del municipi.</li> <li>• Patrimoni cultural material poc rellevant i sense gran diferenciació.</li> <li>• Manca de residents reconeguts que puguin fer d'ambaixadors</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montserrat no és patrimoni exclusiu de Masquefa i pot ser (i és) emprat per altres municipis.</li> <li>• L'Anoia és terra de castells i de patrimoni industrial que poden eclipsar el patrimoni material local.</li> <li>• Els llocs d'interès turístic propers al municipi dificulten les pernoctacions.</li> <li>• Es corre el risc que grans empreses com ALDI decideixin canviar de seu.</li> </ul>
Fortaleses	Oportunitats
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potent teixit industrial.</li> <li>• El paisatge de vinyes amb Montserrat de fons.</li> <li>• El vi de Masquefa té DO Penedès.</li> <li>• Passat metal·lúrgic posat en valor a través de la Fàbrica Rogelio Rojo.</li> <li>• Festivitats tradicionals característiques (Sant Eloi, Festa del Raïm...).</li> <li>• El CRARC.</li> <li>• Bones comunicacions per carretera i amb parada dels FGC.</li> <li>• Proximitat amb ciutats com Martorell o Igualada.</li> <li>• Disposa dels serveis socio-culturals fonamentals.</li> <li>• Teixit associatiu potent (ex: Masquefa Comerç)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciar l'equilibri entre vila rural i industrial.</li> <li>• Potenciar l'atractiu del CRARC arreu de Catalunya.</li> <li>• El 2022 se celebra el 30è aniversari de les noves instal·lacions del CRARC.</li> <li>• Potenciar les professions tradicionals del municipi, com fan altres municipis de l'Anoia.</li> <li>• Rejuvenir el perfil comercial del municipi i digitalitzar més els negocis.</li> <li>• Reajustar l'atractiu de Masquefa d'acord amb la integració a la DO Penedès.</li> </ul>

- En les conclusions de la diagnosi es destaca que el concepte que definiria el municipi de Masquefa és el d'equilibri: geogràfic (a prop d'interior i litoral, entre comarques), en l'estil de vida passat i present, rural i industrial, en dimensió urbana de vila, en l'urbanisme, en la sostenibilitat i en la seva gastronomia.
- Destaquen que en tant que la marca Masquefa ha de atraure capital econòmic i humà, un dels elements fonamentals seria la posada en valor del CRARC, a banda de millorar-ne la infraestructura (botiga de merchandising + aparcament amb plafons sobre Masquefa), fer una estratègia de promoció a nivell català i un canvi a la web.
- Es destaca també la rellevància de formar part dels projectes turístics d'àmbit comarcal. Malgrat que l'Anoia es promociona com a terra de castells i que Masquefa no conserva el seu, però sí que té altres valors compartits amb la comarca (enoturisme, paisatges, ruralitat, gastronomia, repòs i tranquil·litat).
- Destaquen que Masquefa, al igual que d'altres municipis de l'Anoia, ha començat a posar en valor el seu passat del ferro amb la festivitat de Sant Eloi (patró de la metal·lúrgia i en que s'exposen oficis tradicionals) i el punt d'interpretació de la fàbrica Rogelio Rojo).
- Proposen apostar per un turisme camper (autocaravanes).

- Es consideren adequades les propostes que fa el PAM per millorar espais del Turó, el Cementiri Vell i el Turó del Met per a zones de tranquil·litat i reflexió personal.
- Destaquen que no hi ha cap resident conegut que pugui fer d'ambaixador local, tot i que els masquefins normalment parlen en positiu de la vila.

La segona part de l'estudi, presenta la **narrativa de marca** a partir del treball de participació ciutadana que s'ha realitzat amb 7 grups focals de discussió, 11 entrevistes en profunditat i enquestes online a la ciutadania de Masquefa on van participar 407 persones. Les conclusions del treball de camp es classifiquen en la Masquefa tangible i la intangible.

De la tangible, l'estudi es destaca que Masquefa és una cruïlla ambivalent de territoris: pertany a la comarca de l'Anoia, però el referent pel que fa al proveïment de serveis bàsics és la ciutat de Martorell (Baix Llobregat) i s'integra dins la unitat del paisatge de Montserrat, amb el Penedès com a referent. Per altra banda, també es pot associar al paisatge industrial de l'Àrea Metropolitana de Barcelona.

Pel que fa a la Masquefa intangible, els grups focals i entrevistes en profunditat han posat en valor el teixit associatiu i cultural com un dels valors valuosos. No obstant, la ciutadania no li ha donat la mateixa valoració a través de les enquestes.

La cohesió social apareix com un dels elements centrals a mantenir per part de la societat masquefina. Es defineix una doble Masquefa entre nouvinguts i gent de "tota la vida". Hi ha la preocupació que Masquefa esdevingui una ciutat dormitori. Un dels elements més valorats per la ciutadania ha estat la qualitat de vida.

Valorats els valors tangibles i intangibles, es proposa una narrativa de territori projectable a escala interna i externa. Es basen en els conceptes de *Tableaux vivant* (pintura o quadre vivent) i *Frame* (fotograma o marc d'interpretació) per tal de generar una escenificació de l'espai territorial en base a l'assimilació del lloc com a obra artística. Es tracta d'emmarcar persones, vivències i espais de la vida quotidiana de Masquefa per tal de fer emergir la seva extraordinarietat.

Plantegen un discurs (*story telling*) que transformi el pensament que associa Masquefa a un lloc de pas per a un lloc de permanència: Masquefa Vila i Vida, Masquefa Vila i Natura, Masquefa Vila i Història... La visualització del concepte es vehicularia a partir d'emmarcar el territori de Masquefa a mode de quadre viu.

Les conclusions i tercera part de l'estudi de la marca Masquefa destaquen que, malgrat tenir icones representatives (muntanyes de Montserrat, el CRARC i la Fàbrica Rogelio Rojo), cap d'elles pot exercir les funcions tractores d'una narrativa perquè, o bé no són icones exclusives de Masquefa (Montserrat), o bé perquè formen part d'un patrimoni industrial compartit amb d'altres municipis (fàbrica Rogelio Rojo) o perquè són un actiu de nínxol de tipus sectorial (el CRARC).

L'estudi posa en valor el component social de territori donat que la cohesió social ha estat un element mencionant recurrentment entre els participants del treball de camp.

L'accent social es concreta amb una marca que potenciï el valor de la qualitat de vida de Masquefa, a mig camí entre els seus actius tangible i intangibles.

---

### **Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa**

---

- L'estudi en la seva diagnosi és interessant per conèixer les potencialitats i debilitats presents en el territori de Masquefa i poden servir de base per a la planificació turística del territori.
  - Permet identificar els principals valors del territori i veure quina és la valoració que en fan els propis masquefins.
  - Per últim, es destaca el fet social (la cohesió social), com l'element central per a la creació de la marca, fet que ens fa entendre que a nivell patrimonial (i per tant de possibles recursos turístics) no ens trobem amb elements rellevants.
- 

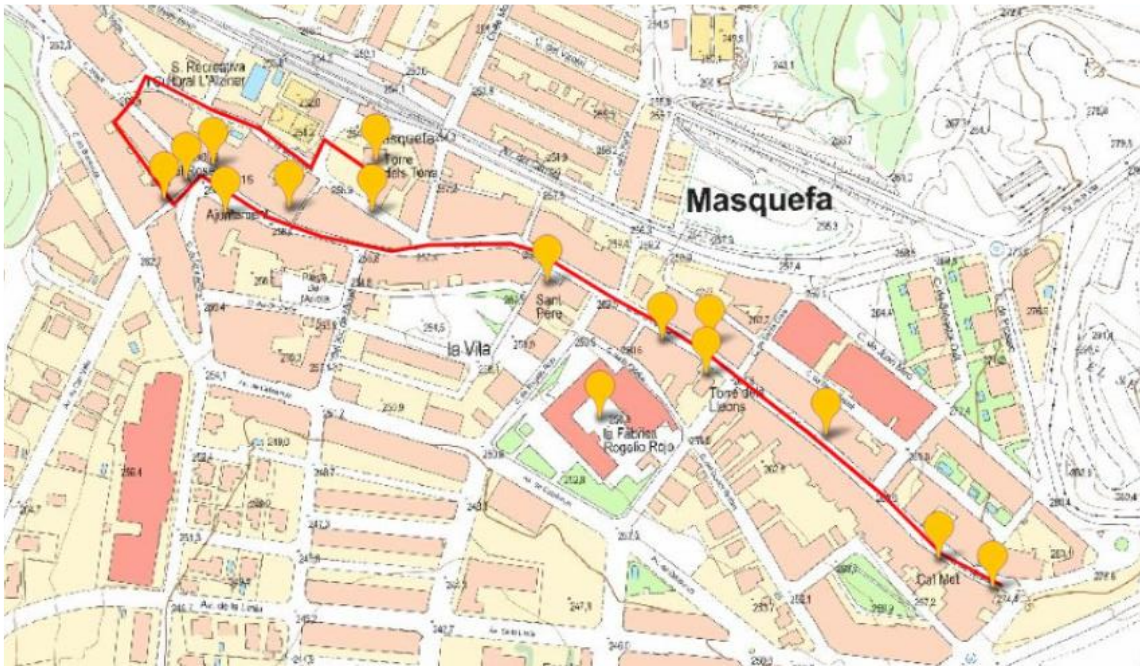
<b>MASQUEFA: CONÈIXER PER RECONÈIXER. DE CASTELL DUBTÓS A CARRER DE BARCELONA</b>
---

Any: 2022

Autor: Anòia Patrimoni

Aquest document està redactat per Anòia Patrimoni, una empresa que des de l'any 2014 té per objectiu donar a conèixer el patrimoni històric i cultural del territori de la conca del riu Anòia [ENLLAÇ](#).

Després d'una petita presentació geogràfica, en aquest document trobem un recorregut històric de la vila de Masquefa, des de la seva primera menció l'any 963, fins als inicis del segle XX (pàg. 2- 16). Tot seguit es fa un recull dels principals edificis de Masquefa separant aquells que es troben al Serrallet, dels que es troben a la Vila. De cada edifici s'anota la seva denominació, la localització, la data, l'estil arquitectònic i se'n fa una petita descripció acompanyada d'una imatge (pàg. 17 – 29). Per finalitzar, el document proposa un recorregut per la vila de Masquefa, centrat especialment en la visita d'edificis emblemàtics des del punt de vista arquitectònic i/o històric. S'aporta també una guia per al guiatge del recorregut proposat (pàg. 32 - 37).



---

### Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa

---

- Disposar d'informació de qualitat del patrimoni de Masquefa.
  - Proposta d'itinerari a tenir en compte.
- 

#### LA FÀBRICA ROGELIO ROJO

Any: 2022

Autor: Anòia Patrimoni

El document està redactat per Anòia Patrimoni. En ell s'hi descriu la situació geogràfica de la fàbrica, se'n fa una anàlisi històrica i una anàlisi arquitectònica i, per últim, aporten una proposta de recorregut guiat dins la fàbrica. També s'incorpora el guió de la visita proposada.

De l'anàlisi arquitectònica, se'n destaca que és una fàbrica que consta de tres naus en forma de U formant un patí, i que hi ha tres edificis més annexos. La superfície total és de 9.349 m<sup>2</sup> i la superfície construïda de 4.675 m<sup>2</sup>. Es destaca que la fàbrica Rogelio Rojo va ser construïda amb totxo vermellós a obra vista i ceràmica vidriada, aplicada en alguns detalls. Té doncs un estil industrial britànic amb grans finestres.

A l'interior hi ha diversos espais on els que s'hi conserven alguns elements de la fàbrica: una de les premses, una plataforma per a una balança, una cisterna d'aigua i un destil·lador de gasoil. Hi ha un petit centre d'interpretació on s'hi conserva maquinària de la fàbrica, algunes peces fabricades i un recull d'imatges antigues.

---

### **Interès per a la planificació turística de Masquefa**

---

- Es descriu un dels elements més identitaris de Masquefa, com és la fàbrica Rogelio Rojo.
  - Es proposa un recorregut per la fàbrica.
  - S'aporta el guió de la visita en el que es vinculen els espais de la fàbrica amb la història general masquefina.
- 

<b>ESGLÉSIA DE SANT PERE I LA SANTA CREU DE MASQUEFA</b>
--

Any: 2022

Autor: Anioia Patrimoni

En aquest document redactat per Anioia Patrimoni s'hi descriu la situació geogràfica de l'església de Sant Pere i la Santa Creu de Masquefa, es duu a terme una anàlisi històrica i una anàlisi arquitectònica i, per últim, aporten una proposta de visita guiada. També aporten el guió de la visita proposada.

Anàlisi històrica conclou: Sant Pere i la Santa Creu és una mostra clara dels orígens medievals de la població, així com l'evolució històrica del municipi cap a un altre espai, el que rodejava el Camí Ral d'Aragó. La seva arquitectura és una mostra de les diverses etapes per les quals va passar el temple i és un relat de la conjuntura econòmica del municipi.

De l'estudi arquitectònic en destaquem que és un temple auster d'una sola nau amb dues capelles, i amb una rosassa amb estrella de sis puntes. Dins hi ha una figura de Sant Pere al centre en un altar de pedra.

---

### **Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa**

---

- Es descriu un dels elements patrimonials destacats de Masquefa, a més de ser el lloc d'origen de la vila.
  - Es proposa una visita guiada.
  - S'aporta el guió de la visita en el que es vincula la església amb la història general masquefina.
- 

## **3.2. Documents aportats pel Consell Comarcal de l'Anoia**

<b>PLA ESTRATÈGIC DE TURISME LES VALLS DE L'ANOIA 2019 – 2023</b>
---

Any: 2019

Autor: aQa Marketingconsulting

Aquest document desenvolupa el Pla Estratègic de Turisme per als municipis que formen l'anomenada Valls de l'Anoia. Aquesta denominació, com es comenta en el propi document, no té un consens, però engloba els vuits municipis que tenen el riu Anoia com a comú denominador. Aquest són: Cabrera d'Anoia, Capellades, Hostalets de Pierola, Masquefa, La Pobla de Claramunt, Piera, Torre de Claramunt i Vallbona d'Anoia.

El document parteix d'una anàlisi i diagnosi completa del territori, on es caracteritza l'oferta i la demanda, i s'identifiquen les accions de dinamització en l'àmbit turístic del Consell Comarcal de l'Anoia. La caracterització de l'oferta es duu a terme a partir d'un seguit de documents com són: "l'informe anual de l'activitat turística de la Destinació Barcelona 2017 (dades 2016)", "el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2018-2022", "la Diagnosi Estratègica del Turisme a la Comarca de l'Anoia 2010" i les Guies Turístiques. La caracterització de la demanda es defineix a partir d'un seguit de dades com són: el volum de turistes, el perfil del turista, l'Índex de Reputació Online (IRON) i els resultats d'enquestes municipals. La diagnosi prossegueix amb la identificació de la percepció del territori del visitant, a través de les visites del equip consultor i *mystery shopper*. Per últim, es presenten els resultats de les entrevistes personals als *stakeholders* per tal de dibuixar unes idees força. Aquesta diagnosi permet presentar la següent DAFO per a les Valls de l'Anoia:

<b>DEBILITATS</b>	<b>FORTALESES</b>
Nul·la cohesió interna i visió conjunta del territori.	El paisatge i les vistes a Montserrat.
Mentalitat turística inexistent.	D.O. Valls de l'Anoia, com a producte exclusiu de la D.O. Penedès.
Oferta turística incipient i poc diversificada.	Alguns <i>hiddengems</i> 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.
Insuficient oferta d'allotjament en el conjunt del territori.	Gran diversitat de corriols, pistes i senders.
Dificultat d'alguns equipaments i recursos per esdevenir pols d'atracció turística.	Zones rurals i forestals típiques de territoris mediterranis d'interior.
Falta de connexions de transport públics.	La vinya i l'olivera.
Manca de professionals del sector turístic (sector públic i privat).	El patrimoni i els equipaments vinculats: prehistòric, medieval i paperer.
Camins i pistes poc mantinguts.	El riu Anoia i els Salts de Cabrera.
Senyalització turística inexistent.	Les activitats esportives.
Entorns degradats en les grans urbanitzacions i zones industrials.	Alguns esdeveniments ben posicionats.
Gran concentració de vehicles pesats a les carreteres.	La proximitat a Barcelona i a portes d'entrada de turistes com el Port de Creuers.
Territori que viu d'esquenes al riu Anoia.	Les connexions amb FGC i el bitllet conjunt.
Territori rural, força desunit.	La gastronomia del territori.
Unitat territorial que ha perdut la seva identitat, transformat pel desenvolupament urbanístic.	Voluntat i lideratge de l'administració (Consell Comarcal i Diputació de Barcelona).
Manca de dades sobre visitants a la destinació.	L'existència d'alguns exemples d'inversió privada exitosa.

Nul·la presència en mitjans, prescriptors o en la mateixa indústria.	La quotidianitat i l'autenticitat del territori i les seves gents.
Absència d'inversió en activitats de promoció i/o comunicació.	Inexistència d'un relat turístic propi: una pàgina en blanc oberta a la creació.

<b>AMENACES</b>	<b>OPORTUNITATS</b>
Desconeixement de les Valls de l'Anoia i els seus recursos als mercats emissors.	Territori "verge" en el sentit turístic, que ofereix un llibre blanc ple d'oportunitats.
Inexistent presència mediàtica i online.	Voluntat per part de l'administració i alguns ens privats de desenvolupar el sector.
Competència ferotge d'altres destinacions similars, amb més bagatge turístic, oferta estructurada i molta més inversió en promoció.	Possibilitat de fer-se seus recursos, atributs i productes de l'entorn (com el producte estrella Montserrat).
Capacitat de càrrega al límit de la ciutat de Barcelona i algunes zones de Catalunya.	Ens supra municipals amb els que poder comptar, amb major pressupost i projecció.
Inestabilitat política interna.	Recursos i <i>hiddengems</i> amb gran recorregut d'exploració.
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).	Projectes en curs com la Via Blava que poden donar un impuls important al territori.
Actes terroristes recents a ciutats com Barcelona.	Entorn amb gran potencial per projectar-se en productes actius: bicicleta, senderisme, etc.
Vagues potencials del transport públic a Barcelona.	Potencial de creixement sota la marca paraigües D.O. Penedès, com a Valls de l'Anoia.
"Mala premsa" sobre sector turístic, que pot afectar a la percepció de la població local.	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.
	Potencial de la marca "Valls de l'Anoia" per esdevenir quelcom més que una destinació turística.

A partir d'aquí el document defineix quin és l'escenari de futur al qual vol arribar les Valls de l'Anoia:

- "[...] el territori de les Valls de l'Anoia ha de treballar conjuntament de manera unitària per desenvolupar i proposar una oferta global conjunta, i que així sigui percebuda, que superi la simple suma de les parts i aportacions de cada municipi, tot facilitant les sinergies i la complementarietat entre serveis, propostes i oferta de cadascun d'ells".

- [...] “proposar una experiència humana única que vinculi el paisatge amb la història, la natura amb la cultura, basada en el més intrínsec del territori i allò que la seva gent hi ha creat i desenvolupat al llarg dels segles: la seva localització entre els cims de Montserrat i les vinyes penedesenques, la seva xarxa de camins, ara agrícoles, ara forestals, el patrimoni cultural de segles de presència humana i el riu Anoia com antic eix vertebrador del conjunt del territori”.
- [...] “el conjunt de les Valls de l’Anoia no és un territori que pot esdevenir turístic per se, per la seva atractivitat innata, sinó que esdevindrà turístic en la mesura que s’hi desenvolupi producte i activitats turístiques, sempre arrelades i alineades amb la tradició, la història i l’autenticitat del propi territori. Així, el territori de les Valls de l’Anoia es posicionarà en base al producte que s’hi desenvolupi.

A continuació s’exposen els 11 objectius que es volen assolir amb aquest Pla Estratègic:

1. Dotar-se d’una marca que superi l’àmbit estrictament turístic per esdevenir una marca-territori, amb uns atributs globals generats a partir de la pròpia riquesa i diversitat de què es compon el territori.
2. 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.
3. Sensibilitzar i cohesionar els sectors i actors locals, més enllà dels estrictament turístics, en una estratègia de *better together* en relació a l’assimilació, apropiació i posicionament de la marca-territori i al treball conjunt.
4. Integrar les personalitats més rellevants del territori i aprofitar la seva notorietat en benefici col·lectiu a l’hora de posicionar el territori i la marca.
5. 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.
6. 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.
7. Contribuir i donar suport a la creació i al desenvolupament d’una oferta turística de qualitat, que posi en valor els atributs i propostes de valor diferencials de la destinació amb un enfocament i orientació cap als públics i segments objectiu.
8. Garantir el caràcter sostenible i respectuós amb l’entorn natural, patrimonial i social del model de desenvolupament turístic i del posicionament objectiu.
9. 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.
10. Definir i assentar les principals eines i materials que han de guiar la promoció i la comunicació de les Valls de l’Anoia i que han de ser la base del futur Pla de Màrqueting Turístic.
11. Disposar d’informació periòdica de la demanda turística (evolució, perfils, comportaments, satisfacció, etc.) que ha de permetre avaluar l’èxit, i eventualment redirigir les actuacions, tant de l’estratègia turística com del futur màrqueting i les accions promocionals.

Tot seguit es defineix una estratègia de posicionament de la marca de territori Valls de l’Anoia que s’ha d’arrelar al propi territori en base als següents eixos: el paisatge històric basat en l’evolució i la transformació del territori, la idea d’un territori de pas i la inspiració

immaterial amb valors vinculats a la tranquil·litat, la pau interior i l'Acollida i l'aigua del riu Anoia com a font de vida. Partint d'aquests eixos que articulen la base de l'oferta, s'interrelacionen amb les necessitats i gustos de la demanda, per, a partir d'aquí, dibuixar uns nous eixos que seran centrals en la creació i promoció dels productes de les Valls de l'Anoia:

- Sostenibilitat
- Tranquil·litat
- Singularitat
- Qualitat
- Vivències personals i relat per explicar
- Immersió i aprenentatge

A partir d'aquí, s'estableixen tres grans eixos de producte segons el seu potencial (prioritaris, complementaris i de nínxol). Com a prioritaris es defineixen el turisme actiu, el cultural i l'enològic. Com a complementaris, les fires, esdeveniments i competicions, el turisme gastronòmic i el turisme educatiu i formatiu. Com a eix de nínxol es defineix el turisme MICE i de *team-building*.

A continuació s'estableixen els segments de turistes i visitants potencials, independentment del seu origen geogràfic, que estan interessats en les següents temàtiques:

- L'activitat física en un entorn natural
- La cultura i les traces històriques i patrimonials
- La natura com espai de pau i tranquil·litat
- El vi i l'enologia
- Les festivitats, esdeveniments i celebracions populars

En relació a l'origen del públic objectiu, els principals mercats emissors d'excursionistes són: Barcelona i voltants, Anoia i el Penedès i el Camp de Tarragona. Pel que fa als turistes, el primer mercat prioritari és Catalunya, el segon, l'Espanya propera i França, el tercer mercat Benelux, Alemanya i Regne Unit. El darrer mercat prioritari podria ser la resta d'Europa així com mercats de llarga distància (EEUU, Israel i Austràlia).

Finalment, i abans de presentar el Pla d'Accions, es defineix quina hauria de ser l'estratègia organitzativa per tal de generar cohesió interna i una aposta comuna de tot el territori que conforma la destinació Valls de l'Anoia:

- Cohesió i alineament d'estratègies turístiques, socials i econòmiques
- Cohesió i convenciment de l'empresa privada, turística i de tots els àmbits de la pertinença a un territori concret que aporta un plus de posicionament als seus productes
- Cohesió i orgull identitari de la població local, reconeixent-se com a part del territori global de les Valls de l'Anoia.

El Pla Estratègic acaba definint un Pla de 56 accions articulades en 5 programes d'accions:

<b>P1. IDENTITAT I POSICIONAMETN DE MARCA TERRITORI</b>
A1. Definició de Marca Territori i dels seus atributs
A2. Llibre d'estil i ús de la marca

A3. Creació de la senyalització al territori
A4. Do Vi pròpia – vinculada al Penedès
A5. DO Oli pròpia
A6. Fruita – Valls de l’Anoia
A7. Fruita – Valls de l’Anoia
A8. Marca paper de Capellades
A9. Montserrat, recurs vinculat a la marca
A10. Identificació d’ambaixadors del territori i aprofitament de la seva notorietat
A11. <i>Stakeholders “Better together”</i>

<b>P2. COHESIÓ, COORDINACIÓ TERRITORIAL I GOVERNANÇA</b>
A12. Tècnic de turisme de les Valls de l’Anoia
A13. Creació de la mesa de turisme
A14. Anàlisi de viabilitat d’obtenció de fons europeus (PECT)
A15. Creació de grup de treball turístic
A16. Organització torneig Pobles VdA
A17. Ampliar nombre de Punts d’Informació Turística (PITs) existents al territori
A18. Desenvolupar i aplicar un sistema d’indicadors turístics
A19. Aprofitament de sinèrgies amb ens supramunicipals
A20. Millora dels índex de sostenibilitat turística
A21. Sinèrgies i aliances amb entitats i empreses
A22. Calendari de festes i esdeveniments coordinat i conjunt

<b>P3. INFRAESTRUCTURES I CAPTACIÓ D’INVERSIONS</b>
A23. Miradors de Montserrat
A24. Camins per BTT, senderisme i camins vinculats a la Via Blava
A25. Espais d’aturada i relaxació
A26. Millora de carreteres (seguretat)
A27. Transport públic
A28. Àrees d’autocaravanes i càmpings
A29. Creació de zones d’aparcament
A30. Millora de la senyalització turística
A31. Focus senyalització viària
A32. Embelliment dels nuclis municipals
A33. Mesures per la captació d’inversions privades
A34. Mesures per la implantació d’empreses d’allotjament
A35. Mesures per la implantació d’empreses de restauració
A36. Mesures per la implantació d’empreses d’activitats i experiències

<b>P4. DESENVOLUPAMENT DE L’OFERTA I CREACIÓ DE PRODUCTE TURÍSTIC</b>
A37. Captació d’esdeveniments de renom
A38. Formacions al sector-oferta, màrqueting i <i>guest relations</i>
A39. Adaptació de l’oferta al turista BTT i al senderista
A40. Definició de rutes estructurades i itineraris experiencials
A41. <i>“Adopt a Visitor” Workshop</i>
A42. Miradors de Montserrat
A43. Vistes de Montserrat <i>Biking Tour</i>
A44. Ordenació de l’oferta turística
A45. Vincular l’oferta i elements patrimonials i culturals als productes turístics existents

A46. Assegurar una oferta enoturística estable i ordenada
A47. Vincular l'oferta Km0 als productes turístics existents
A48. Acció amb plataformes digitals, creació de producte

<b>P5. EINES I MATERIALS DE MÀRQUETING</b>
A49. Identificació i creació del discurs: <i>storytelling</i>
A50. Elaborar el "Pla de Màrqueting de la destinació turística Valls de l'Anoia per al Període 2020-2025"
A51. Idear, dissenyar i desenvolupar el lloc web de la destinació turística Valls de l'Anoia
A52. Banc d'imatges
A53. Calendari de festes i esdeveniments
A54. Eines bàsiques de promoció
A55. Sinèrgies amb d'altres ens de promoció
A56. Vehicular l'oferta del territori a través de DMC'S

---

### Interès per a la planificació turística de Masquefa

---

- Aquest document aporta informació sobre la caracterització de l'oferta i la demanda de Les Valls de l'Anoia, que serveix per tenir una primera diagnosi d'un àmbit territorial que pot convertir-se en una destinació turística que inclouria Masquefa.
  - Aporta les estratègies a seguir per tal de materialitzar la destinació turística de les Valls de l'Anoia.
  - També la definició d'un Pla d'Acció, que ha de permetre articular productes turístics supramunicipals on Masquefa n'ha de ser partícip en tant que municipi de les Valls de l'Anoia.
- 

### 3.3. Webs d'interès per a la planificació turística de Masquefa

<b>Web MIRA MASQUEFA:</b> <a href="http://www.miramasquefa.cat">www.miramasquefa.cat</a>
--

Autor: Ajuntament de Masquefa

Web que té per objectiu donar a conèixer el patrimoni i les experiències que es poden dur a terme a Masquefa en tant que visitant.

En l'apartat "Un dia a Masquefa", es proposen 3 visites guiades a elements patrimonials de Masquefa. Un cop hi cliques, et redirigeix a la pàgina d'Anoia Patrimoni (fàbrica Rogelio Rojo, Església Sant Pere i la Santa Creu, Camí Ral).

També et proposa 6 experiències per fer en un dia a Masquefa, totes elles amb dinar a Masquefa:

1. Visita al CRARC + caminada entre vinyes.
2. Visita als miradors de Montserrat amb posterior visita al comerç local.
3. Partit a Masquefa + visita a la tarda al CRARC.
4. Visita al patrimoni de Masquefa + caminada entre vinyes.
5. Proposta ecoturística de visita a les caves Reventós Rossell + visita al comerç de Masquefa.
6. Esports a l'aire lliure fent rutes a peu, corrent o en bicicleta + dinar a Masquefa.

En aquest apartat també es llisten tots els restaurants i bars del municipi (un total de 21) i on dormir a Masquefa.

En l'apartat Explora, es proposa visitar el wikiloc de l'Ajuntament de Masquefa on es presenten 16 rutes. En la web hi ha el link directe a 5 propostes per explorar el municipi (algunes es troben també al wikiloc i d'altres a Natura Local):

- Miradors de Montserrat (et redirigeix a Google Maps [ENLLAÇ](#) )
- Camí de les vinyes (ruta a Natura Local)
- Ruta per la serra de l'Ocata (ruta de Natura Local)
- Masquefa de punta a punta (ruta de wikiloc)
- Camí de Can Bonastre de Santa Magdalena (ruta de wikiloc)

Inclouen un vídeo de l'Anoia en que es promociona sobretot el turisme de natura. Creat per Anoia Turisme.

En l'apartat Patrimoni i tradicions es proposa la visita a set elements patrimonials. En tots ells es fa una petita descripció i et redirigeix a la seva geolocalització a google maps:

- Església romànica de Sant Pere i la Santa Creu
- Carrer Major i antic traçat del Camí Ral
- La fàbrica Rogelio Rojo (a part de la geolocalització, podem descarregar un pdf -poc elaborat a nivell estètic- sobre la fàbrica).
- La Capella del Roser
- L'Església de Sant Pere (en aquest cas no s'inclou la geolocalització)
- Masos i masies (ens redirigeix al mapa de patrimoni cultural de la Diputació de Barcelona amb el zoom sobre Masquefa [ENLLAÇ](#))
- Centre d'Interpretació de la Fàbrica

Per últim, al web de Mira Masquefa te un apartat dedicat a exposicions virtuals:

- La primera s'anomena "El pas del temps". En que es poden veure fotomuntatges de Masquefa amb fotografies antigues i actuals.
- La segona s'anomena "Masquefa, un recorregut per la història" on hi trobem uns díptics explicatius que narren la història de Masquefa, des de la prehistòria fins a l'actualitat.

---

## Interès per a la planificació turística de Masquefa

---

- És la web amb un caire més turístic de què disposa Masquefa.
  - Recull tots els punts d'interès i activitats a fer que hi ha al municipi.
  - En algunes seccions trobem enllaços a webs on podem ampliar la informació.
  - És un bon punt de partida per conèixer què s'està potenciant per part de l'ajuntament a nivell turístic.
- 

**Web ANOIA TURISME:** [www.anoiaturisme.cat](http://www.anoiaturisme.cat)

Autor: Consell Comarcal de l'Anoia

La web d'Anoia Turisme, és el web de turisme del Consell Comarcal de l'Anoia. Aquí hi trobem tots els aspectes de la comarca que s'han decidit promocionar per a l'atracció de visitants, tant des del punt de vista patrimonial com experiencial. També apareixen tots els establiments on es pot pernoctar i allà on menjar (aquests es poden filtrar per municipis). Per últim hi ha l'agenda d'activitats.

A través de la web es pot veure quins són els punts forts de la promoció turística de la comarca i cap a quin perfil de visitant s'està enfocant.

En primer lloc, es promocionen els Tops turístics de l'Anoia, un seguit de recursos turístics i/o experiències que es consideren imprescindibles:

- Anoia Terra de Castells
- Museus
- Activitats (apareix la visita al CRARC)
- Excursions
- Gorgs
- Nuclis per descobrir
- Gastronomia
- Allotjaments rurals

Anoia Terra de castells, a banda d'aparèixer dins dels Tops turístics de l'Anoia, també se'n fa menció especial a l'inici de la web, fet que denota la rellevància que té en la promoció turística de la comarca.

Un altre dels elements destacats a la web són les rutes a peu, que es classifiquen en les Serres de l'Anoia, la Riera del Carme, Valls de l'Anoia i espais de l'Anoia per descobrir amb infants. Només apareixen dues rutes de Masquefa en la secció de Valls de l'Anoia, concretament la ruta Camí de les vinyes i la Serra de l'Ocata.

A continuació analitzem la presència (o no) de Masquefa en cadascun dels aspectes que es promociona des d'Anoia Patrimoni.

CULTURA I PATRIMONI

- El CRARC es classifica dins d'un dels Museus de l'Anoia a part de ser considerat un dels Tops turístics de l'Anoia.
- Es deixa constància que 21 empreses i entitats de l'Anoia han rebut el distintiu Biosphere, però entre aquestes no hi ha ni l'ajuntament de Masquefa ni cap empresa del municipi.
- L'església de Sant Pere apareix dins del patrimoni religiós, en la llista d'esglésies i ermites a visitar a l'Anoia.
- La visita guiada a Masquefa dissenyada per Anoia Patrimoni (Masquefa, de camí ral a vila industrial) també apareix a la web d'Anoia Turisme.
- La fàbrica Rogelio Rojo no apareix com una de les propostes de turisme industrial de l'Anoia.
- Tampoc apareixen edificis modernistes ni noucentistes en l'apartat de "modernisme".

## EXPERIÈNCIES ÚNIQUES

- No apareix cap experiència que específicament es dugui a terme a Masquefa.
- És un apartat amb propostes experiencials ben diverses, que van des d'una volta amb globus, un *Scape Room*, un "*humor amarillo*", fins a activitats en cavall, volta amb bicicleta elèctrica o la descoberta de plantes silvestres. Algunes d'elles (com la "BaCiCleta es podrien estendre fins a Masquefa)

## COMARCA MEDIEVAL

- És en aquesta secció on Anoia Patrimoni hi té destinats els majors recursos.
- Han elaborat tres rutes històriques que divideixen la comarca de l'Anoia en tres rutes/propostes. Masquefa quedaria inclosa dins la ruta 2 "A l'ombra del rei Jaume I. De les lluites internes a la conquesta de nous territoris". No obstant, Masquefa no té conservat el castell i per tant la ruta no passa específicament pel municipi.
- Malauradament, el fet que Masquefa no tingui conservat el seu castell fa que no pugui formar part activa d'Anoia Terra de Castells.

## RACONS DE L'ANOIA

- Racons a visitar dins l'Anoia que inclouen 7 rutes, 16 propostes per gaudir de l'Anoia en un dia (inclòs dins l'apartat de rutes), descobrir les rutes d'Anoia turisme a Wikiloc (també inclòs dins l'apartat de rutes), 4 gorgs i saltants d'aigua, 7 nuclis amb encant, 12 miradors de l'Anoia i 4 places porxadades. De tots aquests racons, Masquefa només apareix en aquests punts:

Dins les rutes, apareix en les propostes per gaudir de l'Anoia en un dia: "CRARC (Masquefa) – Can Bonastre (Masquefa) – Salts d'aigua (Cabrera d'Anoia) – el Castell de Cabrera d'Anoia"

En les rutes de la pàgina Wikiloc d'Anoia turisme, hi ha les següents tres rutes de Masquefa: "Per la Serra de l'Ocata", "Església de Sant Pere i la Santa Creu", "Camí de les vinyes".

## ESPORTS I NATURA

Aquí es recullen tant les curses de trail o ral·lis, com sortides amb globus o el parc Motor. Masquefa no apareix entre els esdeveniments esportius promocionats ni entre les experiències esportives.

## ESDEVENIMENTS

Recull de tots els esdeveniments de diverses temàtiques i festivitats relacionades amb les tradicions i folklore de la comarca. De Masquefa, únicament apareix la Festa del Raïm.

## ANOIA DEL CAMP A LA TAULA

Es presenten els productors agroalimentaris de la comarca. De la vila de Masquefa apareixen Can Bonastre *Wine Resort* i el celler Raventós Rosell. També s'hi promociona plats típics de l'Anoia que Masquefa comparteix com La Vinyala o cargol de les vinyes.

Conclusions de la web d'Anoia Turisme.

És una web completa, amb moltes propostes a nivell turístic dins la comarca i d'on podem extreure quina és l'estratègia turística de l'Anoia i com Masquefa s'hi integra.

Com s'ha esmentat, el principal element promocional de l'Anoia és l'Anoia Terra de Castells. És un element no només turístic de la comarca sinó que també identitari. És interessant perquè el vehiculen a través de la història medieval de Catalunya. Masquefa no ha pogut conservar el seu castell, però sí que comparteix uns orígens medievals clars. Tot i això, Masquefa podríem dir que queda al marge d'aquesta "marca" turística.

Una de les altres línies estratègiques del turisme de l'Anoia és la promoció de les rutes a peu, del *slow tourism*, per conèixer l'entorn. En aquí, Masquefa s'hi podria integrar millor, no obstant, hi ha poca presència de la vila entre les propostes comarcals en aquesta línia. Alguns elements que donen certa particularitat a l'Anoia, més enllà dels castells, són la presència de gorgs i nuclis amb encant o places porxades. En aquest sentit Masquefa no presenta cap d'aquest elements (tot i que la valoració de l'encant d'un nucli urbà, sempre és subjectiva).

---

### **Interès per a la planificació turística de Masquefa**

---

- Web fonamental per conèixer l'estratègia turística de la comarca de l'Anoia.
  - Aquí podem veure com hi ha poca presència de Masquefa en les opcions turístiques de la comarca.
-

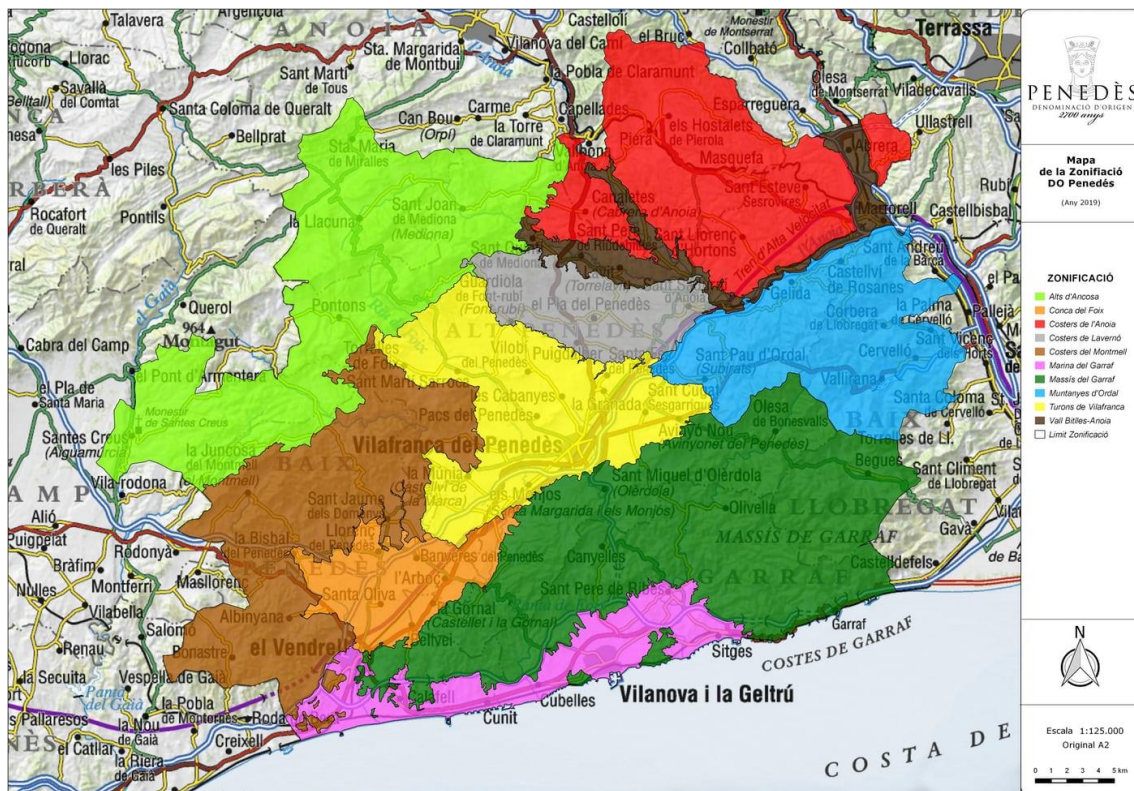
- 
- El CRARC és l'únic recurs de Masquefa que es troba dins dels tops de l'Anoia.
  - Es visualitzen les bases de l'estratègia turística de l'Anoia: el fet de ser Terra de castells i el passat Medieval, el *slow tourism* de rutes a peu, el patrimoni religiós i l'industrial i també es dona força valor a la seva gastronomia.
  - Es denota de la web qui hi ha municipis que centren la promoció turística de la comarca (Piera, Igualada, Copons...) que són els que concentren un major nombre de recursos de patrimoni medieval, religiós i industrial, així com per la bellesa arquitectònica dels seus nuclis urbans. Aquest municipis eclipsen en certa manera els potencials de Masquefa.
- 

**Web DO Penedès:** [www.dopenedes.cat](http://www.dopenedes.cat)

Autor: Consell Regulador de la DO Penedès

Les vinyes del terme municipal de Masquefa formen part de la DO Penedès. Concretament són dos els cellers que formen part de la DO: Can Bonastre Wine Resort i Raventós Rossell. Ambdós amb vinyes actives. La DO Penedès es divideix en subzones en funció de les condicions climàtiques i orogràfiques de cada sector. Les vinyes de Masquefa formen part de la subzona Costers de l'Anoia.

L'element més destacat de la DO Penedès, des del punt de vista turístic, és que a la seva web hi ha un apartat dedicat a l'enoturisme. Aquí però, ens redirigeix a la web de Penedès Turisme, un Consorci de Promoció Turística del Penedès del qual formen part 20 municipis (no hi ha Masquefa) i 3 Consells Comarcals (el de l'Alt Penedès, el Baix Penedès i el Garraf). Això implica que, malgrat que hi ha municipis de l'Anoia dins la DO Penedès, d'entre els quals Masquefa, aquests no es beneficien de la promoció turística que es duu a terme a través de la DO.



Zones de la DO Penedès. Font: web de la DO Penedès

## Interès per a la planificació turística de Masquefa

- Es denota que a dia d'avui, Masquefa no es veu beneficiada de formar part de la DO Penedès en relació a un possible desenvolupament enoturístic.

### 3.4. Documents Diputació de Barcelona

La Gerència de Serveis de Turisme compta amb un pla de promoció i difusió del turisme a la província de Barcelona, a més de desenvolupar projectes estratègics. En aquest cas és important conèixer què està realitzant la Diputació per buscar sinèrgies amb la vila de Masquefa.

#### ACTIVITAT TURÍSTICA DE LA DESTINACIÓ BARCELONA. DADES 2020

Any: 2021

Autor: LABturisme de la Diputació de Barcelona

#### [ENLLAÇ](#)

Es presenta un recull de les dades de l'any 2020 amb la finalitat de configurar quina és la realitat turística del període a la província de Barcelona i les seves comarques i analitzar l'evolució. Les dades d'aquest any són esbiaixades respecte a la tendència de les que ja es tenien perquè la pandèmia ha afectat fortament el sector turístic.

En primer lloc es parla de l'oferta turística. Es comença mostrant l'evolució de l'oferta d'establiments i places a nivell de la província de Barcelona i les comarques que la componen. Després es fa una comparació respecte les dades de l'any 2019.

A continuació es tracta la demanda turística. Es mostra l'evolució de viatgers, de pernотacions i de l'estada mitjana. Després es mostra l'evolució de l'ocupació turística a la província de Barcelona i a les comarques així com, l'ocupació en períodes de màxima afluència. També s'expliquen les característiques i perfil de la demanda turística a l'entorn de Barcelona, es fa una anàlisi de la seva procedència i, per últim, dels indicadors d'identitat i reputació online.

El tercer punt tracta de l'impacte econòmic en el turisme. Es comença mostrant el detall de la despesa turística i es segueix amb la rendibilitat hotelera. També es fa una anàlisi dels indicadors turístics empresarials i laborals i de l'atur turístic i expedients de regulació d'ocupació turística. Es parla sobre l'impost de les estades en establiments turístics (IET).

En quart lloc es fa un rànquing de visitants als principals llocs d'interès de la regió de Barcelona.

El cinquè punt tracta els serveis turístics mostrant una sèrie de projectes i accions per tal de millorar i promocionar l'activitat turística a les comarques de Barcelona.

A continuació es mostren les eines per a la monitorització turística al Mediterrani, un programa que facilita la cooperació entre 13 països de la ribera nord del Mediterrani i que promou, a través de 8 eixos temàtics, el desenvolupament i el creixement sostenible.

Per últim, es fa una anàlisi de la percepció del turisme per part del resident, es mostra el balanç del 2020 i les tendències del 2021 i es presenten les fitxes de les comarques.

En la pàgina 109 es troba la fitxa comarcal de l'Anoia amb la descripció de l'evolució turística de l'Anoia 2019/2020, el perfil del turista i la reputació on-line.

---

### **Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa**

---

- Conèixer l'evolució turística de la comarca de l'Anoia.
  - Conèixer el perfil del turista que rep la comarca de l'Anoia per adaptar, millorar o crear productes i serveis turístics d'acord amb les necessitats de la demanda i optimitzar els esforços i recursos destinats a la promoció i comercialització.
  - Conèixer el posicionament turístic de l'Anoia respecte de les comarques de Barcelona.
  - Identificar els indicadors que utilitza la Diputació de Barcelona per valorar aplicar-los al seguiment de l'activitat turística de Masquefa.
- 

<b>ESTUDI DE LA REPUTACIÓ TURÍSTICA ONLINE DE LA REGIÓ DE BARCELONA</b>
---

Any: 2021

Autor: LABturisme de la Diputació de Barcelona

## [ENLLAÇ](#)

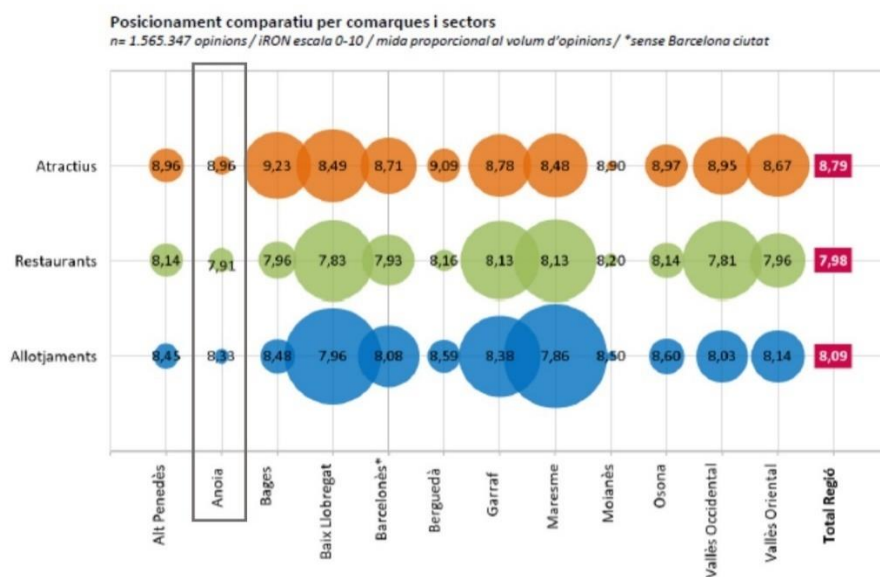
Aquest estudi té com a principals objectius quantificar la valoració agregada dels allotjaments, restaurants i atractius turístics de la destinació; establir un seguiment evolutiu dels principals indicadors; consolidar l'ús d'eines de visualització de dades que permetin més nivell de segmentació i de transferència interna de resultats; i identificar àrees i temàtiques d'atenció prioritària dins de l'ecosistema d'intel·ligència turística en el canal digital.

Les fases de l'estudi són: localització de les fitxes dels recursos turístics de la destinació, captura selectiva de variables d'informació, anàlisi quantitatiu, obtenció d'indicadors clau de reputació online per als sectors dels allotjaments, restaurants i atractius i, per últim, elaboració del corresponent informe descriptiu de resultats.

Els principals indicadors utilitzats han estat l'Índex de Reputació Online (iRON) i la Taxa Neta de clients Perceptors (TNP).

En primer lloc es presenten els objectius i metodologia d'estudi, seguits del resum de magnituds i conclusions. Després es presenten els indicadors i la segmentació geogràfica. Per últim es mostra la monitorització evolutiva de les xarxes socials.

En el gràfic següent es pot veure el posicionament de l'Anoia:



Font: Monitor de la reputació turística online de la regió de Barcelona 2020.  
Diputació de Barcelona

---

### Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa

---

- Conèixer quina és la reputació online de la comarca de l'Anoia respecte de les comarques de Barcelona.
-

- 
- Identificar els indicadors que fa servir la Diputació de Barcelona, per valorar aplicar-los en l'avaluació de la reputació online de la destinació.
- 

## **BALANÇ DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA ESTIU 2022 A L'ENTORN DE BARCELONA**

Any: 2022

Autor: Diputació de Barcelona

Es fa una comparativa de les temporades turístiques dels estius 2019, 2020, 2021 i 2022, per tal d'avaluar els efectes de la sortida de la crisi de la COVID-19 sobre l'activitat turística.

Es comença parlant de l'oferta oberta d'establiments i places a l'entorn de Barcelona. També es detallen les dades segons la tipologia d'allotjament (totals i per comarques).

En segon lloc s'exposen els principals resultats de l'activitat en l'allotjament. Es divideix en els apartats: viatgers, pernoctacions, estada mitjana i ocupació a l'entorn de Barcelona; comparativa amb altres províncies de Catalunya i de l'estat espanyol; viatgers, pernoctacions, estada mitjana i ocupació per comarques; i viatgers i pernoctacions per punts turístics i tipologies d'allotjament.

En el tercer punt es tracta la procedència dels turistes. Aquest punt es divideix en: procedència dels turistes i les pernoctacions a les comarques de Barcelona; procedència (països) del turisme estranger; procedència (per Comunitats autònomes) del turisme domèstic a l'entorn de Barcelona; i procedència dels turistes a les comarques.

En el quart punt es presenten els resultats d'un seguit d'enquestes qualitatives, per a dur a terme una anàlisi a l'entorn de la percepció de l'activitat turística durant la temporada d'estiu 2022. S'ha realitzat un qüestionari online a un total de 38 destinacions de la Regió de Barcelona per conèixer la valoració de la temporada d'estiu 2022, conèixer els reptes de la destinació durant la temporada d'estiu 2022 i tenir una previsió per a la tardor 2022. La segona enquesta l'han realitzat mitjançant trucada telefònica a 26 agents del sector privat per tal de valorar la temporada d'estiu 2022 i conèixer les estratègies de màrqueting utilitzades.

En el cinquè punt es fa una anàlisi de les tendències de cerques turístiques online en els conceptes d'allotjament i de producte.

En el sisè punt s'analitza el preu mitjà de comercialització de l'allotjament per tipologia d'allotjament i per comarca.

El punt set, presenta perfil del turista tenint en compte les principals característiques del turista a l'estiu 2021 a l'entorn de Barcelona.

Per últim, es parla del mercat laboral turístic tenint en compte el nombre d'ocupats, el nombre d'empreses i nombre d'aturats al sector turístic.

El document ve a demostrar que la temporada d'estiu del 2022 ha estat molt favorable no només recuperant-se sinó superant-se els nivells previs a la pandèmia.

---

## **Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa**

---

- Conèixer les tendències a curt termini dels turistes que rep l'Anoia per tal d'adaptar, millorar i ampliar l'oferta turística del municipi a les noves necessitats de la demanda.
- 

<b>IDENTIFICACIÓ I POSADA EN VALOR DELS ACTIUS I POTENCIALS CICLOTURÍSTICS DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA</b>
---

Any: 2020

Autor: Diputació de Barcelona

### [ENLLAÇ](#)

L'estudi inclou una diagnosi territorial de situació sobre el cicloturisme a la província de Barcelona. Aquesta activitat pot ser recreativa (de passeig) o esportiva (de muntanya i de carretera).

S'identifica el cicloturisme com una font de generació de valor territorial pels següents motius:

- Mercat en creixement continu i que afavoreix l'increment de l'ús de la bicicleta en els desplaçaments com a mitjà de transport i la pràctica esportiva.
- Ofereix grans oportunitats de generació d'ocupació i d'impacte en l'economia, especialment en aquelles localitats/regions on el turisme és incipient o inexistent.
- La Unió Europea reconeix el cicloturisme com un mitjà per a millorar les condicions de benestar i de vida d'una manera sostenible per a les generacions presents i futures.
- La promoció del cicloturisme requereix inversions relativament baixes i l'amortització de la inversió en infraestructures és molt ràpida.

El document detecta els punts forts i febles de la situació actual des dels diferents elements de l'oferta turística que engloba el cicloturisme i de la situació de la demanda actual i potencial.

---

## **Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa**

---

- Conèixer les oportunitats del cicloturisme com a producte turístic a Masquefa partint dels seus recursos (paisatge natural i tranquil amb infraestructura ferroviària propera)
- 

### **3.5. Documents Turisme de la Generalitat**

La Direcció General de Turisme i l'Agència Catalana de Turisme treballen per a la promoció i desenvolupament del sector a Catalunya. Així doncs, és necessari conèixer quins són els projectes i les línies estratègiques que seguiran en els propers anys, per tal que Masquefa pugui sumar-s'hi.

## **PLA ESTRATÈGIC DE TURISME DE CATALUNYA 2018-2022**

Any: 2018

Promotor: Direcció General de Turisme

### [ENLLAÇ](#)

La Direcció General de Turisme i l'Agència Catalana de Turisme van renovar el 2018 el Pla Estratègic amb la voluntat de situar Catalunya com una de les millors destinacions de la Mediterrània i assolir els següents objectius l'any 2022:

1. Incrementar la despesa diària per turista.
2. Arribar al 37% de turistes que ens visiten els mesos de març, abril, maig i octubre.
3. Incrementar fins al 10% els turistes allotjats en les destinacions d'interior.
4. Gestionar de manera intel·ligent el creixement fins arribar als 21 milions de turistes internacionals.

El Pla estratègic es va elaborar amb la col·laboració de representants del sector turístic català.

Aquest Pla estratègic es va definir prèviament a l'Estratègia Zer0, de la Diputació de Barcelona, per la qual cosa aquests documents incorporen d'alguna manera els resultats d'aquest Pla més global.

Malgrat que en aquell moment es van definir 5 possibles escenaris d'evolució de l'activitat, era impossible imaginar l'escenari actual d'aturada i ralentitzament de l'activitat, principalment pel que fa al mercat internacional, a causa de la COVID-19.

---

### **Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa**

---

- Conèixer les accions de planificació incloses en el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya per tal d'alinear les de Masquefa, en la mesura del possible.
- 

## **PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE CATALUNYA 2018-2022**

Any: 2018

Promotor: Direcció General de Turisme

### [ENLLAÇ](#)

El Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya es va redactar seguint les línies que planteja el PETC (Pla Estratègic de Turisme de Catalunya).

Cal destacar alguns elements per a la planificació turística de Masquefa com són:

- “Una experiència turística excepcional que proporcioni moments de felicitat i records positius”.
- L'estratègia haurà de pivotar sobre la sostenibilitat i l'accessibilitat universal al turisme.
- Entre les “categories de productes d'interès especial” destaquen el turisme actiu, la natura, cultura i història (entre els quals el modernisme), gastronomia i enologia.

---

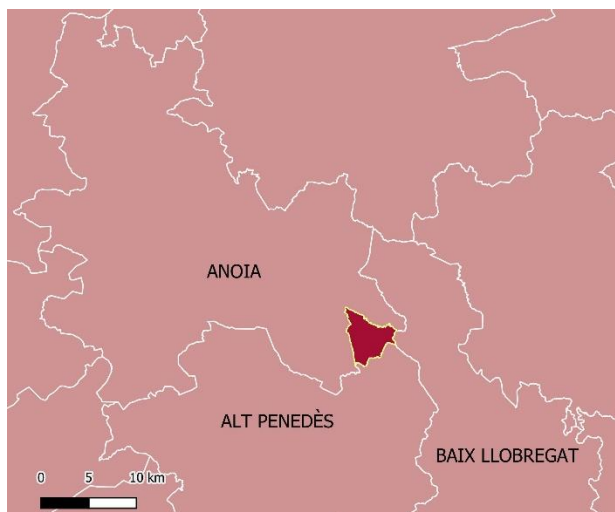
### **Interès per a la planificació turística del municipi de Masquefa**

---

- Considerar els elements prioritaris del Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya en la planificació de Masquefa.
-

## 4. MASQUEFA COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA

Masquefa és un municipi de la comarca de l'Anoia, situat en el seu extrem oriental, limítrof amb les comarques del Baix Llobregat i l'Alt Penedès. Compta amb una població de 9.744 habitants (any 2022), distribuïts entre els nuclis de Masquefa, La Beguda Alta, les urbanitzacions de Can Valls, El Maset, Can Parellada i una vintena de masies disseminades.



Localització de Masquefa dins el context territorial comarcal. Font: elaboració pròpia a partir de les bases cartogràfiques de l'ICGC.

Masquefa és una vila d'origen medieval. Se'n té constància de la seva existència des de l'any 963, gràcies a una menció documental del castell de Masquefa, en que el comte Mir II ven el castell i els seus dominis al magnat barceloní Énnec Bonfill. Malauradament no han quedat restes del castell, però aquest, juntament amb l'església de Sant Pere i la Santa Creu, són el nucli originari del municipi de Masquefa. La presència del Camí Ral que connectava Barcelona amb Lleida va fer però, que a partir del segle XII la població es concentrés al voltant d'aquest i el nucli del castell i l'església de Sant Pere i la Santa Creu anés perdent importància.

Històricament, la vila de Masquefa s'havia dedicat a l'agricultura, essent la viticultura un dels sectors principals fins a l'arribada de la fil·loxera a finals del segle XIX. A principi del segle XX, la industrialització arribà a Masquefa amb la implantació l'any 1922 de la fàbrica Rogelio Rojo. A partir d'aquest moment, Masquefa agafà un caràcter eminentment industrial, sense perdre la seva essència rural.

En el present però, Masquefa és una vila amb un gran predomini del sector serveis, tant del petit comerç com de serveis a l'engròs. També hi són presents tres polígons industrials que aglutinen empreses de logística i industrials rellevants com són ALDI, TRANSESROVIRES o CARRERAS GRUPO LOGÍSTICO. L'economia vinculada al turisme en canvi, ara per ara hi és poc present. A tall d'exemple, només hi ha un establiment turístic (Ecofriendly Lodge) que disposa de 5 places. No obstant, l'Ajuntament està treballant per potenciar aquest sector.

Per a fer-ho, Masquefa compta amb alguns recursos patrimonials que poden fer de pol d'atracció de visitants. El més rellevant és el CRARC, però també la fàbrica Rogelio Rojo, el seu paisatge amb vistes a Montserrat i el cementiri vell amb l'església de Sant Pere i la Santa Creu.

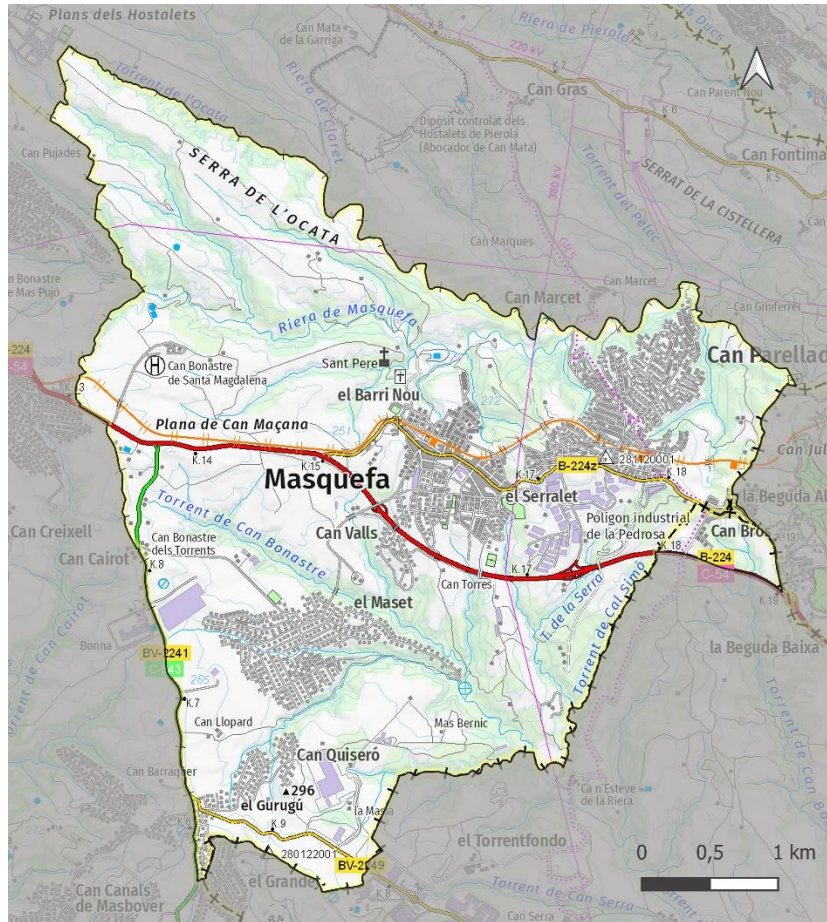
Per altra banda, Masquefa té una localització geogràfica particular. És un territori ben comunicat amb Barcelona, on hi passen múltiples vies de comunicació, destacant-ne el ferrocarril de la Generalitat R6 i la carretera B-224 que enllaça amb l'A2 i l'AP7. Això ha afavorit tant el seu desenvolupament industrial, com el creixement d'urbanitzacions a partir del 1965, que en un primer moment eren segones residències, però que actualment s'han convertit en la primera residència de molt habitants de Barcelona que cercaven un entorn més tranquil però ben comunicat. Per altra banda, és la porta d'entrada a l'Anoia, però alhora Masquefa manté moltes relacions amb la comarca del Baix Llobregat. Això fa que Masquefa, malgrat ser un territori ben comunicat, pugui ser considerat com un territori de pas, fet que hauria pogut dificultar el seu desenvolupament turístic fins a dia d'avui.

Aquesta idiosincràsia geogràfica de Masquefa, a cavall de tres comarques (part de l'Anoia, però amb forts vincles amb el Baix Llobregat, i també amb l'Alt Penedès), fa que la integració amb l'estratègia turística de l'Anoia no sempre sigui fàcil.

#### **4.1 Dades socioeconòmiques i organització**

Masquefa té una extensió de 17,06 km<sup>2</sup>, que representa el 1,97 % de la superfície de la comarca de l'Anoia. El creixement urbanístic de Masquefa s'ha estructurat a l'entorn del carrer Major, antic camí Ral que connectava Barcelona amb Lleida. A partir de l'any 1965 es van desenvolupar les urbanitzacions que, en un primer terme, estaven destinades a segones residències, però amb el pas dels anys s'han convertit en primeres residències.

Un altre moment de gran creixement urbanístic va ser a inicis del segle XXI, amb el boom de la construcció, que va fer que Masquefa acollís molta població nouvinguda, tenint així un creixement del 15 % anual entre el 2000 i el 2007. L'any 2018 s'integra a Masquefa el nucli de la Beguda Alta. Actualment, en termes urbanístics, Masquefa està format pel casc antic, les urbanitzacions de Can Parella, el Maset i Can Quiseró, el nucli de la Beguda Alta i masos disseminats.



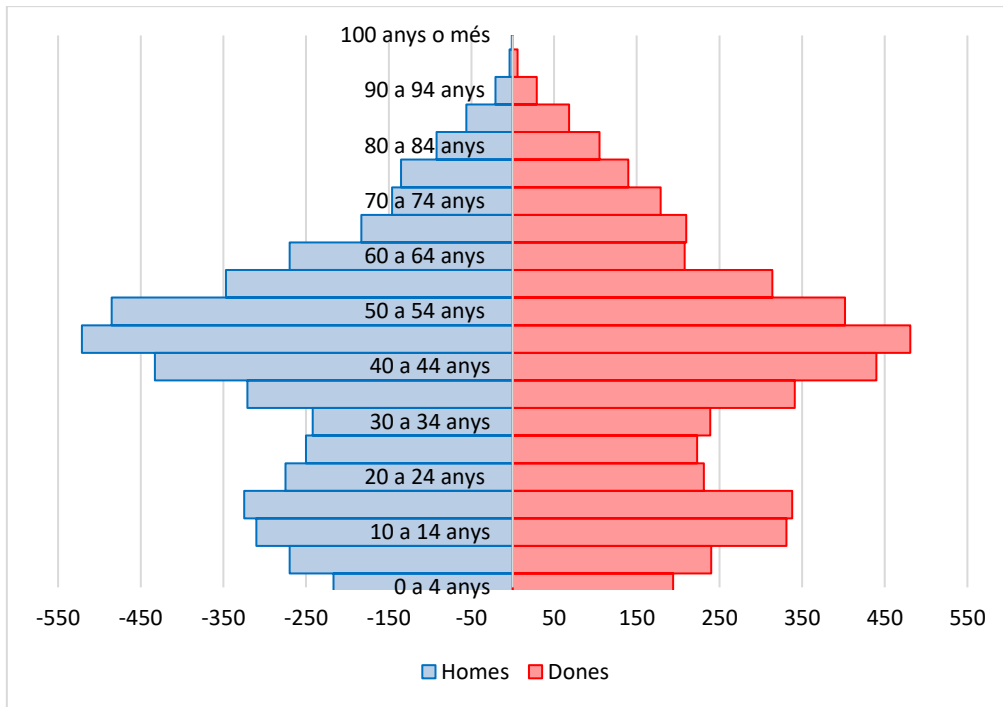
Mapa topogràfic de Masquefa 1:50.000. Elaboració pròpia a partir de la Cartografia de l'ICGC.

En base a dades de l'any 2022, el municipi de Masquefa té una població de 9.744 habitants, que representa el 7,79 % de la població de l'Anoia. La variació de la població entre el període 2018 – 2022 és d'un 11,32 %, per sobre de la de l'Anoia i de Catalunya, el que mostra el dinamisme demogràfic de la vila. En canvi la taxa d'estrangeria és d'un 6,21 % i està per sota de la de l'Anoia i de Catalunya.

	<b>Masquefa</b>	<b>Anoia</b>	<b>Catalunya</b>
Superfície terme municipal 2022	17,06 km <sup>2</sup>	866,31 km <sup>2</sup>	32.108 km <sup>2</sup>
Població 2022	9.744	125.065	7.747.709
Variació de població 2018-2022	11,32 %	4,78 %	3,19 %
Taxa estrangera 2021	6,21 %	9,63 %	16,11 %

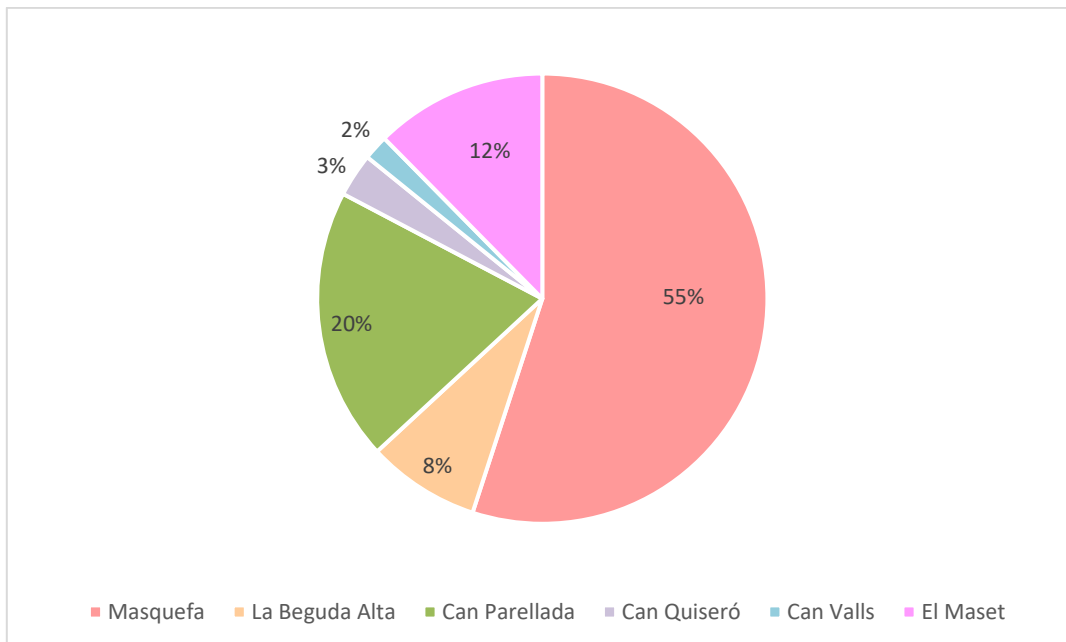
Font: IDESCAT

La piràmide demogràfica de la població de Masquefa, mostra una estructura molt similar a la del conjunt de Catalunya, amb una població principalment adulta (dels 40 als 55 anys) i també una població jove important dels 10 als 19 anys, fills de la generació anteriorment esmentada. Aquest segment jove dels 10 al 19, és a Masquefa més important en proporció que en el conjunt de Catalunya.



Piràmide d'edat de la població de Masquefa a data 1 de gener de 2021.  
Font: IDESCAT

Pel que fa a la distribució en el territori de la població, tenim que el 55% dels habitants es concentren en el casc antic, seguit d'un 20% de la població que s'ubica a la urbanització de Can Parellada, un 12% a la urbanització de El Maset, el 8% a la Beguda Alta i el 3% i 2% restant a les urbanitzacions de Can Quiseró i Can Valls respectivament.



Distribució de la població de Masquefa en les seves entitats de població. Font: IDESCAT a partir del nomenclàtor estadístic.

A nivell socioeconòmic, en data del novembre del 2022, el 10,48 % de la població de Masquefa es trobava a l'atur, tenint així una taxa d'atur per sota de la comarca de l'Anoia, però per sobre de la de Catalunya.

Taxa d'atur	Masquefa	Anoia	Catalunya
Novembre 2022	10,48 %	11,41 %	9,46 %
Desembre 2021	10,72 %	12,44 %	10,22 %

Font: Observatori del Treball i el Model Productiu. Generalitat de Catalunya

El sector serveis aglutina el 76,56 % dels ocupats dels treballadors de Masquefa, essent el sector més important a la vila. Les dades del IDESCAT no permeten saber dins del sector serveis quin percentatge es dedica al sector del turisme. No obstant això, el treball de camp i les entrevistes realitzades posen de relleu que aquest sector és residual i que els serveis principalment són de comerç a l'engròs i al detall.

El segon sector en rellevància pel que fa a la ocupació és el de la indústria, on hi treballen el 17,71 % dels masquefins. Tanmateix, aquest percentatge està molt per sota de la comarca de l'Anoia, on un 31,29 % es dedica a la indústria. La construcció, a l'any 2022 encara ocupa un percentatge no menyspreable de la població de Masquefa, un 5,47 %, per sota del percentatge de l'Anoia però per sobre del de Catalunya.

Per últim, en data del setembre del 2022, només són 5 els treballadors de Masquefa que treballen en l'agricultura com a ocupació principal, essent una mostra del pes que aquest sector ha perdut al llarg dels anys.

Nº ocupats per sectors activitats econòmica (setembre 2022)	Masquefa	Anoia	Catalunya
Agricultura	5	110	10.010
Indústria	340	8.795	452.910
Construcció	105	1.730	149.640
Serveis	1.470	17.475	2.318.890

Font: IDESCAT

% Ocupats per sectors activitats econòmica (setembre 2022)	Masquefa	Anoia	Catalunya
Agricultura	0,26 %	0,39 %	0,34 %
Indústria	17,71 %	31,29 %	15,45 %
Construcció	5,47 %	6,15 %	5,10 %
Serveis	76,56 %	62,17 %	79,10 %

Font: IDESCAT

Tal com s'observa a la taula següent, a l'any 2022 a Masquefa es comptabilitzaven 529 empreses, el 38,56 % de les quals corresponien al sector del comerç, el transport i la hostaleria. El treball de camp però, ens permet determinar que dins d'aquesta tipologia, bona part de les empreses formen part del sector del comerç. El següent sector amb un percentatge de representació rellevant, dins el teixit empresarial de Masquefa és el de la construcció, representant el 15,88 % de les empreses del municipi. També tenim que un 10,21 % de les empreses estan destinades a activitats empresarials i tècniques i el 10,02 % a d'altres serveis personals. Els altres sectors empresarials que tenen una

representació rellevant és la indústria, amb un 9,26 % de les empreses del municipi i el 8,32 % d'empreses d'activitats immobiliàries.

Tipologia d'empreses any 2022	Nº d'empreses	%
Indústria	49	9,26
Construcció	84	15,88
Comerç, transport i hostaleria	204	38,56
Informació i comunicacions	7	1,32
Activitats financeres i assegurances	9	1,70
Activitats immobiliàries	44	8,32
Activitats professionals i tècniques	54	10,21
Educació, sanitat i serveis socials	25	4,73
Altres serveis personals	53	10,02
<b>Total empreses</b>	<b>529</b>	

Font: INE

### Ocupació del sòl

Pel que fa a la ocupació del sòl, Masquefa només representa el 1,97 % de la superfície de l'Anoia, però representa el 6,55 % dels bens immobles de la comarca, amb un total de 5.989 immobles, el que l'any 2021 li va suposar una recaptació 3.818.846 € en concepte d'IBI, un 8,78 % del total de recaptació de l'Anoia.

	Masquefa	Anoia	Catalunya
Superfície terme municipal 2022	17,06 km <sup>2</sup>	866,31 km <sup>2</sup>	32.108 km <sup>2</sup>
nº de rebuts de béns immobles 2021	5.989	91.429	5.888.971
IBI urbà 2021 (€)	3.818.846	43.511.461	2.948.436.730

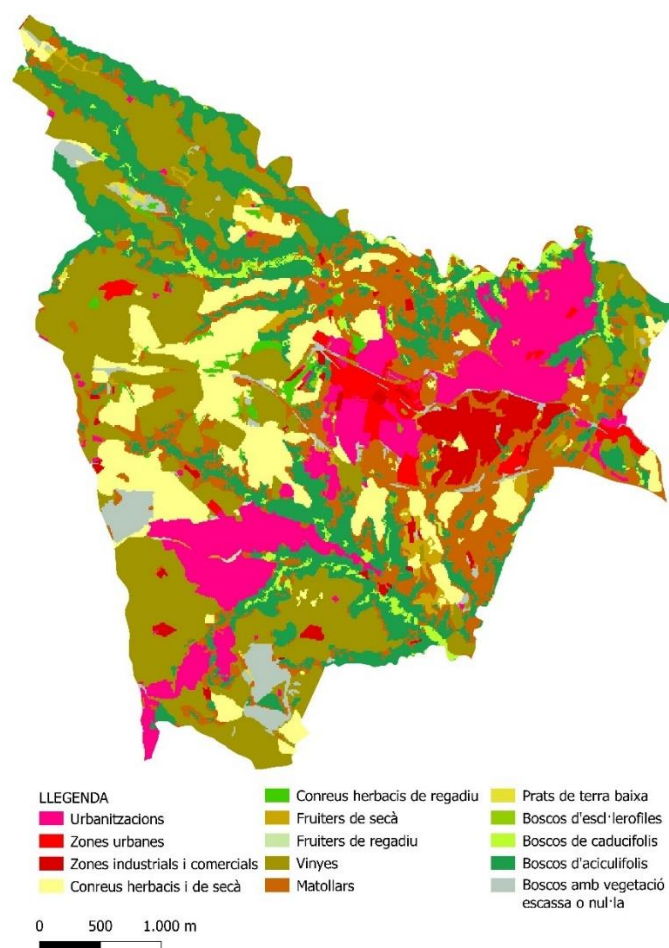
Font: IDESCAT

Tal com mostra el mapa dels usos del sòl de Masquefa de l'any 2017, l'ús del sòl amb una major ocupació eren vinyes, que ocupaven per llavors el 27,02 % de la superfície del terme municipal, seguit dels boscos que representen el 20,47 % de la superfície i els matollars que representen el 16,32 % de la superfície.

No menyspreable és el tant per cent d'ocupació de les urbanitzacions, un 12,61 % del terme municipal, essent el quart ús del sòl en rellevància. També els correus herbacis de secà ocupen un percentatge similar del sòl, concretament un 12,21 % del terme municipal. Els altres usos del sòl tenen una menor presència, tot i que destaca el 3,37 % que representen les zones industrials.

Usos i cobertes del sòl. Any 2017	Km <sup>2</sup>	%
Vinyes	4,71	27,02
Boscors d'aciculifolis	3,22	18,45
Matollars	2,85	16,32
Urbanitzacions	2,20	12,61
Conreus herbacis de secà	2,13	12,21
Zones industrials i comercials	0,59	3,37
Zones amb vegetació escassa o nul·la	0,52	2,98
Zones urbanes	0,39	2,25
Boscors de caducifolis	0,35	2,02
Fruiters de secà	0,27	1,57
Conreus herbacis de regadiu	0,14	0,80
Prats de terra baixa	0,04	0,21
Zones industrials i comercials	0,02	0,11
Conreus herbacis de secà	0,01	0,07

Font: elaboració pròpia a partir del mapa d'usos i cobertes del Sòl del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de l'any 2017



Font: elaboració pròpia a partir del mapa d'usos i cobertes del Sòl del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de l'any 2017

## Oferta turística

L'oferta d'allotjament turístic de Masquefa és molt limitada. De fet, allotjament turístics tal com s'entén en les bases estadístiques del INE o de la Generalitat de Catalunya, no n'hi ha cap. És a dir, a Masquefa no hi ha cap hotel, càmping o casa de turisme rural.

Sí que hi ha un establiment turístic, concretament la HUT Ecofriendly House, una casa ecològica americana que disposa de 5 places.

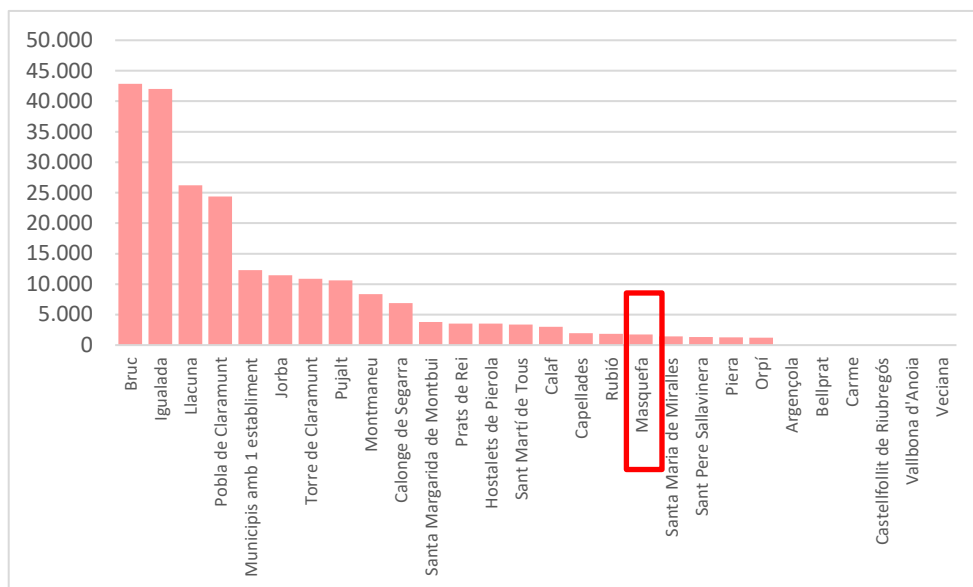
	Masquefa	Anoia	Catalunya
Nombre d'empreses 2022	529	8.310	634.223
Nombre d'allotjaments turístics 2022	0	96	5.985
Places d'allotjament turístic* 2022	0	1.269	609.878

\*Hotels, Càmpings, Turisme rural. Font: INE i IDESCAT

	Masquefa	Anoia	Catalunya
HUTS declarats*	1	91	79.448
HUT places estimades* <sup>1</sup>	5	365	317.792

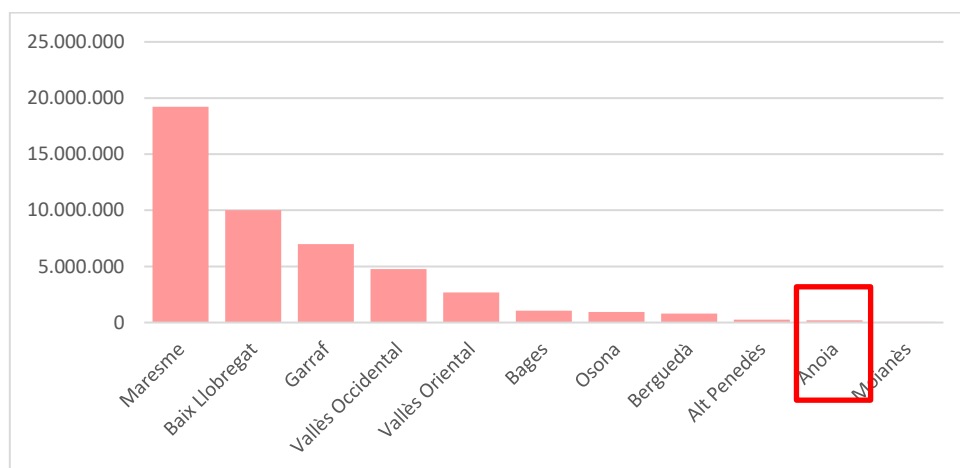
\*Dades extretes el 11/01/2023. \*<sup>1</sup> En l'àmbit territorial de la comarca i Catalunya, les places estimades s'han calculat multiplicant per 4 les HUTS declarades. En l'àmbit de Masquefa, el nombre i places de HUTS són reals. Font: guia d'establiments turístics de la Generalitat de Catalunya

El baix nombre d'allotjaments turístics, fa que la recaptació a través de la taxa turística sigui molt baixa. En base a dades extretes de l'estadística sobre l'impost en estades en establiments turístics de la Generalitat de Catalunya pel període 2012 – 2021, Masquefa només va recaptar en aquest període 1.738,87 €. Això suposa un 0,81 % de la recaptació total de la comarca de l'Anoia per aquest mateix període, que va recaptar un total de 213.752,90 €. Aquest indicador és una mostra del baix pes que té l'economia turística a Masquefa en el si de la comarca de l'Anoia, la qual, al seu torn, tampoc té una economia basada en el turisme.



Recaptació taxa turística dels municipis de l'Anoia pel període 2012 – 2021. Font: Estadístiques de l'impost sobre les estades en establiments turístics, IEET

El baix pes del turisme a la comarca de l'Anoia, es pot veure també a través de la taxa de recaptació turística per al mateix període en el context de la província de Barcelona. En la gràfica següent, es pot veure la recaptació de totes les comarques de la província de Barcelona, excepte per la comarca del Barcelonès que no s'ha tingut en compte per facilitar la lectura del gràfic. Veiem aquí la baixa recaptació a través d'aquest impost de la comarca de l'Anoia, estan a la cua juntament amb l'Alt Penedès i el Moianès. Concretament, només va recaptar 213.753 €, el que suposa el 0,45 % de la recaptació de les comarques de la província de Barcelona sense comptabilitzar el Barcelonès.



Recaptació taxa turística de les comarques de la província de Barcelona (excepte el Barcelonès) pel període 2012 – 2021. Font: Estadístiques de l'impost sobre les estades en establiments turístics, IEET.

Per altra banda, disposem de les dades sobre les dimensions del mercat laboral i el model turístic dels municipis de Catalunya, elaborades des de l'Associació de Micropobles de Catalunya. Aquestes dades estan enfocades a municipis petits, on la infraestructura turística és minsa però que, dins la seva escala territorial, pot ser significativa. Són índexs creats per posar de relleu realitats en l'àmbit del turisme, en

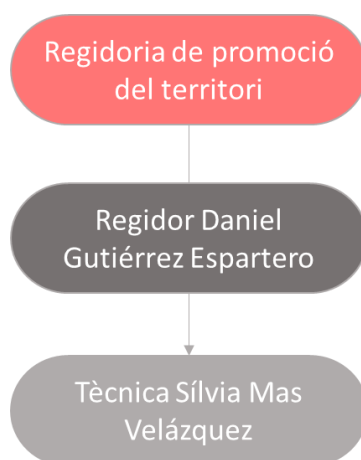
territoris principalment rurals. Per això entenem que són d'utilitat per destacar la situació actual de la demanda turística de Masquefa.

En primer lloc tenim l'índex de places d'allotjament turístic<sup>1</sup> per cada 1000 habitants del municipi de Masquefa. Aquest és només de 1,6 places per cada 1000 habitants, un índex baix dins el context català, on els municipis turístics i aquells del Pirineu i zones rurals amb gran nombre d'allotjament en proporció als seus habitants, el tenen a l'entorn de 7 i 8 places per cada 1000 habitants. Lògicament, en el cas de Masquefa, aquest mateix índex desglossat segons tipologia d'allotjament, també continua essent baix: 0,9 places d'hotel, 0,8 de turisme rural i 0 de càmping per cada 1000 habitants.

Respecte als índex d'afiliats als serveis d'allotjament i a la restauració<sup>2</sup> per cada 1000 habitants, les dades per a Masquefa són dispars entre els dos sectors. Per lògica, donat el baix nombre de places d'allotjament turístic de Masquefa, el nombre d'afiliats als serveis d'allotjaments és baix. Concretament, aquest índex és de -0,7 afiliacions per cada 1000 habitants, mentre que en els municipis amb major nombre d'afiliats als serveis d'allotjaments, aquest índex es situa a l'entorn del 4. L'índex d'afiliats al servei de la restauració, per contra, té unes xifres més elevades, concretament de 2,5 afiliats per cada 1000 habitants, posant de relleu una demanda més òptima vers Masquefa pel que fa als seus serveis de restauració. Els municipis amb més demanda turística presenten un índex a l'entorn de 4 i 5 afiliats per cada 1000 habitants, per tant, Masquefa, es situaria en un punt intermedi.

### Organització interna

Masquefa no té una regidoria específica de turisme, per tant, les accions de govern plantejades per al desenvolupament turístic de la vila, es duen a terme des de la regidoria de Promoció del Territori. Daniel Gutiérrez Espartero n'és el regidor, alhora que també és regidor de Planejament Urbanístic i Habitatge, de Sostenibilitat i Transició Ecològica i de Visió Europea. La tècnica de Promoció del Territori és la Sílvia Mas Velázquez, que és també tècnica de comerç, de Promoció Econòmica i de Visió Europea. L'Ajuntament de Masquefa no disposa d'oficina d'informació turística



Font: elaboració pròpia a partir de les

<sup>1</sup> Inclou hostals, hotels, càmpings, turisme rural i habitatge turístic de l'any 2020. És un indicador que s'obté en base a l'estadística experimental de l'INE.

## 4.2 Recursos Turístics

Masquefa disposa d'alguns recursos turístics que doten d'identitat a la vila, així com festivitats que atrauen a Masquefa visitants de l'entorn.

A continuació es fa un resum dels diferents recursos, agrupats en tipologies.

### 4.2.1 Recursos naturals i paisatgístics

#### Miradors a Montserrat

Masquefa disposa de 9 miradors amb vistes a Montserrat i a les vinyes. Tot i que Montserrat es veu pràcticament des de tot el municipi, l'ajuntament té identificats aquests nou punts on les vistes a Montserrat són privilegiades. Des del web Mira Masquefa, es redirigeix al visitant a un mapa amb la geolocalització dels miradors. [ENLLAÇ](#)

#### El paisatge vitivinícola

Masquefa ha heretat un paisatge vitivinícola que encara es manté fins a dia d'avui. Malgrat que és poca la població que es dedica a aquest sector, són moltes encara les hectàrees de vinya presents en el territori masquefí. En forma d'itinerari, l'ajuntament proposa la ruta "Camí de les vinyes" per donar a conèixer aquest paisatge als visitants.

### 4.2.2 Recursos culturals i patrimonials

Tot seguit s'ha realitzat un recull de tots els recursos culturals i patrimonials.

#### Centre de Reproducció d'Amfibis i Rèptils de Catalunya (CRARC)

Principal pol d'atracció de visitants a Masquefa. Creat l'any 1992, el CRARC és un centre de recerca amb una finalitat científica. La seva tasca és la de recuperar tots aquells amfibis i rèptils que, per circumstàncies diverses, acaben arribant a les seves instal·lacions. Malgrat que des del CRARC no es consideren un atractiu turístic, cert és que bona part dels visitants que arriben a Masquefa tenen com a finalitat visitar el CRARC.

Rep una afluència de visitants d'entre 20.000 i 22.000 visitants anuals. El 70 % són visites d'escolars que és duen a terme entre setmana, i el 30 % restant són no escolars que es concentren durant el cap de setmana. La capacitat de visitants del CRARC diari és de 120 – 125 escolars al dia. Per tant, la seva capacitat de creixement és limitada i es concentraria al cap de setmana, per tal d'atreure públic familiar. El seu horari d'obertura és de dilluns a dissabte de 10:00 a 13:00 i de 16:00 a 18:00 i el diumenge de 10:00 a 13:00.

El CRARC s'ha acreditat com a punt d'informació turística de l'Anoia.

### Fàbrica Rogelio Rojo

Fàbrica instal·lada al municipi de Masquefa l'any 1922 per a la fabricació de sivelles i complements de roba. Projectada per l'arquitecte Josep Donés i Torres, és d'estil industrial britànic. Durant 70 anys va donar feina a part important de la població de la vila, fins que l'any 2000 va tancar. L'any 2002 l'ajuntament la va adquirir i l'any 2008 la va declarar Bé Cultural d'Interès Local. En les seves instal·lacions, l'any 2009 es va inaugurar el Centre Tecnològic Comunitari i el 2012 la Biblioteca pública així com un espai polivalent.

En una petita sala de la fàbrica, l'any 2013 s'inaugura el Centre d'Interpretació. Allà s'hi pot veure maquinària de la fàbrica, algunes de les peces que es fabricaven i un recull d'imatges antigues. Aquest Centre d'Interpretació no té un horari d'obertura al públic i per tal de visitar-lo els interessats s'han de dirigir a l'Ajuntament. Per tant, tampoc hi ha una persona fixa per atendre els visitants.

### Església Sant Pere i la Santa Creu (cementiri vell)

L'església de Sant Pere i la Santa Creu es troba a les afores del municipi de Masquefa, al nord del seu nucli urbà. L'espai on s'ubica el temple s'anomena Cementiri Vell, donat que aquest s'hi emplaçava adossat a l'església. La distància respecte el nucli urbà de Masquefa i l'església és de 500 m.

És d'estil romànic i és el nucli originari de Masquefa en època medieval. Se'n té constància de la seva existència des de l'any 946, a través d'un text documental sobre la venda del castell i la seva església per part del Comte Miró de Barcelona a Ènnec Bonfill. A mesura que el Camí Ral va anar agafant importància, la població de Masquefa es va anar ubicant a l'entorn d'aquest. No obstant això, aquest espai ha mantingut un important valor identitari.

### Capella del Roser

Capella del segle XVII que es va construir pel desplaçament de la població del cementiri vell a l'entorn del Camí Ral. Va ser construïda l'any 1622 i actuà com a centre aglutinador de la Vila de Masquefa, duent a terme les funcions parroquials fins l'any 1923. Actualment es troba dins del nucli urbà entre mitgeres. És una capella austera, amb l'interior emblanquinat i adequada per a poder-hi fer exposicions.

### Església de Sant Pere

Actual parròquia principal de Masquefa, va ser construïda l'any 1926 després de la construcció de la fàbrica Rogelio Rojo, seguint el mateix estil arquitectònic en la seva construcció.

### Passera Can Quiseró

Construïda amb una vocació merament funcional, la passera per a vianants de Can Quiseró s'ha convertit en un dels elements més fotografiats de Masquefa. Aquest pont salva el torrent de Salt de Can Llopart i connecta així les urbanitzacions de Can Quiseró i el Maset amb el nucli de Masquefa. Arquitectònicament esta formada per una passera central mecànica i dues passeres de fusta.

### Can Bonastre de Santa Magdalena

Mas d'origen Medieval que ha tingut reformes fins al segle XX, integrant els diferents estils arquitectònics de cada moment. Segurament és el Mas més antic de Masquefa situant-se aquí el Palacio Siccho d'època Alt Medieval.

### Torre dels Tenas

Torre d'estiueig edificada als anys vint. Fins als anys setanta, va ser propietat de la família Tenas, empresaris barcelonins. Actualment, és propietat de l'Ajuntament de Masquefa.

### Cal Met

Edifici d'estil barroc del segle XVIII ubicat al carrer Serralet entre mitgeres.

### Cal Castanyer

Edifici d'estil eclèctic situat entre mitgeres al carrer Serralet. Data del 1925.

### Torre dels Lleons

Edifici noucentista construït l'any 1912, s'ubica al carrer Crehueta va ser una torre d'estiueig.

### Cal Peret-sià

Edifici del segle XIX, era l'antiga seu de la Unió Masquefina. S'ubica al carrer Crehueta i combinava usos residencials amb cafè als baixos.

#### Quadra de Can Perera i Trull del Floro

Edifici del carrer Major construït amb maó en base a una arquitectura industrial britànica. Data del segle XX.

#### Cal Ros de Maiol

Edifici construït l'any 1903 d'estil noucentista, es troba al carrer Major entre mitgeres.

#### Cal Laiano

Edifici d'estil eclèctic, data del 1932 i s'ubica al carrer Major entre mitgeres.

#### Casino

Edifici modernista del segle XIX – XX, es localitza al carrer Major i va ser el punt de trobada de la societat de la vila més benestant fins a mitjans segle XX.

#### Cinema

D'estil noucentista i construït al segle XX, va ser un edifici d'ús cultural i popular.

#### Can Maçana

Mas d'origen Medieval que ha integrat elements barrocs, neoclàssics i contemporanis en la seva arquitectura. Construït inicialment al segle XIV, les seves reformes es van estendre fins al segle XIX. Aquest mas ha quedat integrat en la trama urbana de Masquefa.

#### 4.2.3 Itineraris i rutes

L'Ajuntament de Masquefa ha dissenyat cinc rutes que es poden trobar a la seva web Mira Masquefa [ENLLAÇ](#). Per altra banda, l'Ajuntament també disposa d'una pàgina wikiloc pròpia on, a banda d'aquestes cinc rutes, en podem trobar d'altres que transcorren pels entorns del municipi [ENLLAÇ](#). També l'empresa Anòia Patrimoni, entre les visites guiades que proposa, ha dissenyat un itinerari pel nucli urbà de Masquefa. Per últim, també trobem rutes de Masquefa a l'aplicatiu de Natura Local. A continuació es recullen tots els itineraris i rutes del municipi de Masquefa.

### Masquefa de camí ral a vila industrial

Ruta dissenyada per l'empresa Anoia Patrimoni que transcorre pels edificis més emblemàtics de Masquefa resseguint l'antic camí Ral. La ruta s'inicia al sector del Serrallet i prossegueix fins a la vila, per acabar a la fàbrica Rogelio Rojo. Al llarg del recorregut es visiten diversos edificis modernistes, noucentistes i eclèctics. [ENLLAÇ](#)

### Miradors de Montserrat

Ruta de dificultat moderada per fer en bicicleta o a peu, que combina terreny urbà i camins rurals i que transcorre per diferents miradors del municipi on es poden observar les muntanyes de Montserrat.

### Rutes per la serra de l'Ocata

Ruta que podem trobar al web Mira Masquefa i en l'aplicatiu Natura Local, que transcorre entre boscos i vinyes, al llarg del coll de la Serra de l'Ocata. En l'itinerari hi ha diversos masos testimoni de la rellevància que l'agricultura havia tingut a la vila. El traçat arriba fins la riera de Masquefa, on es pot trobar un paisatge completament diferent.

### Camí entre vinyes

Itinerari planer fàcil de realitzar per a conèixer el paisatge de Masquefa. La ruta transcorre entre les vinyes de la Vila i amb Montserrat com a escenari de fons. La ruta es presenta a la web Mira Masquefa i se'n pot veure el track a l'aplicatiu Natura Local.

### Camí de Can Bonastre de Santa Magdalena

Ruta del web Mira Masquefa que proposa un itinerari des del final de la trama urbana de Masquefa fins al Mas de Can Bonastre, un dels més antics de la vila de Masquefa. És un itinerari apte per a senderistes i ciclistes.

### Masquefa de punta a punta

Ruta proposada per l'Ajuntament de Masquefa i que es pot trobar al seu web Mira Masquefa. Té la particularitat que permet recórrer el terme municipal de Masquefa des de la urbanització de Can Quiseró fins a la Beguda Alta, a través de camins i sense creuar cap carretera.

#### Rutes de la pàgina Wikiloc de l'Ajuntament de Masquefa

- Ruta circular des de El Maset (per Sant Llorenç d'Hortons)
- Ruta circular des de La Beguda (per Sant Esteve Sesrovires i Abrera)
- Ruta circular des de Can Parellada a Masquefa (per la riera de Claret)
- Ruta de les dues fonts
- Passeig fins a l'església romànica de Sant Pere i la Santa Creu
- Ruta circular des de Masquefa fins al riu Anoia (per Sant Jaume Sesoliveres)
- Ruta circular des de Masquefa (per St. Llorenç d'Hortons)
- Ruta des de Masquefa a La Beguda (per Ca l'Esteve de la Riera)
- Ruta circular des de Masquefa (per Piera i Els Hostalets de Pierola)
- Ruta circular des de La Beguda (per St. Joan Samora i St. Llorenç d'Hortons)
- Caminada pel Dia Internacional d'Acció per la Salut de les Dones 2022
- Masies i antic castell de Masquefa

#### 4.2.4 Equipaments esportius i culturals

A continuació es presenta una relació dels equipaments culturals i esportius, tant si són per ús turístic com si no.

##### Complex esportiu municipal

Compta amb dues piscines cobertes (una de gran i una de petita), una sala de fitness, una sala d'activitats dirigides, tres pistes de pàdel i una zona de spa.

##### Piscina descoberta

Piscina gran descoberta per a ser utilitzada durant els mesos d'estiu.

##### Camp de Futbol Municipal de Masquefa

Camp de futbol del complex esportiu municipal de Masquefa on es disputen les competicions de futbol.

##### Punt d'Informació Turística de l'Anoia al CRARC

Des de l'any 2021, el CRARC és un dels 31 punts de la comarca de l'Anoia que ha estat acreditat per oferir informació turística tant de la comarca com de Masquefa.

##### Centre Tecnològic Comunitari (CTC)

Espai municipal dins l'antiga fàbrica Rogelio Rojo que té per objectiu facilitar l'accés a les tecnologies de la informació i la comunicació a empreses, entitats i ciutadans.

### Biblioteca municipal

Inaugurada l'any 2012 es troba dins les dependències de l'antiga fàbrica Rogelio Rojo.

## 4.2.5 Esdeveniments i festes

### Festa del Raïm

Es celebra al setembre i recorda el passat vitivinícola de Masquefa i es vincula amb la gastronomia, tast de vins i d'altres productes típics de la vila. Es duu a terme una trepitjada de raïm popular i és una de les festes que més visitants atrau a Masquefa. En l'edició del 2022 es van vendre un total de 18.484 tiquets.

### Primavera Shopping Masquefa

Festa del comerç que s'organitza un diumenge de finals de maig-principis de juliol. La vila es decora amb motius florals i hi ha actuacions de dinamització al llarg del dia. Els comerços treuen les paredes al carrer i fan ofertes especials pels compradors.

### Masquefa en Blanc

Acte que organitza l'Ajuntament de Masquefa i que s'emmarca dins la festa major, tot i que degut al gran èxit que ha tingut en les darreres edicions, es celebra un cap de setmana abans. És una celebració on el color blanc és el protagonista i on hi ha actuacions, música i ball. Al llarg de la nit hi assisteixen cap a 4.000 persones i l'ajuntament calcula que unes 500-800 són de fora el municipi.

### Festa de Sant Eloi

Celebració popular per recordar els orígens industrials de la vila. Es duu a terme a la fàbrica Rogelio Rojo per Sant Eloi, patró de la metal·lúrgia. Durant aquell cap de setmana s'obren les portes del Centre d'Interpretació de la Fàbrica Rogelio Rojo, es fan demostracions d'oficis artesans relacionats amb la metal·lúrgia i exposició de pintures d'artistes locals i espectacles.

### Cursa de Trail les 3 fonts

Cursa de trail running organitzada per Masquefa trail que recorre tres fonts que es troben als entorns del municipi. En l'edició del 2022 celebrada el mes d'octubre van

participar 348 corredors que van valorar molt positivament la cursa, tant des del punt de vista esportiu com de l'organització i l'acollida.

#### Fira futur

Saló de l'ensenyament en l'àmbit territorial de l'Anoia Sud. Van visitar la fira 264 persones de fora del municipi.

#### Balls populars

Balls adreçat a la gent gran en que hi assisteixen entre 20 i 30 persones per ball, de Piera, Capellades i alguna d'Igualada. S'organitzen cada 15 dies i el preu són 2€.

#### Campionat de Catalunya V Ciclocross Masquefa

Organitzat pel club ciclista Masquefa es celebra el mes de desembre. En l'edició del 2021 van participar entre 250 i 300 persones de fora del municipi.

#### 4.2.6 Allotjaments

Masquefa només compta amb un allotjament.

#### Ecofriendly house

Casa ecològica americana amb 5 places.

#### 4.2.7 Restauració

A continuació es troben llistats els bars, cafeteries i restaurants de Masquefa. A la pàgina web de Mira Masquefa es pot trobar informació complementària [ENLLAC](#).

#### Restaurants

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Cal Cuiner</li><li>- Come dPizza</li><li>- Cal Quim</li><li>- Fonda Can Parellada</li><li>- Cal Ramon</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Can Cristobal</li><li>- L'Aroma</li><li>- Nou Racó de la Queixelada</li><li>- Restaurant La Pedrosa</li><li>- Super Kebab</li></ul> |
|---|---|

#### Bars i cafeteries

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Bar Bodega el Raïm</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Bar Casal Can Parellada</li><li>- Bar Serralet</li></ul> |
|--|--|

- Bar Casa Charo
- Cafeteria Frankfurt Xarlot
- El Bar del Maset
- Hao-Chi Bar restaurant
- Restaurant Avi Enric

- El Bar del Camp de Futbol de Masquefa
- Cafeteria del CTC
- Bar La Placeta

#### 4.2.8 Empreses turístiques

##### Anoia Patrimoni

Empresa nascuda l'any 2014 que té per objectiu donar a conèixer el patrimoni cultural i històric dels territoris de la conca del Riu Anoia. Ofereixen experiències i visites guiades en castells, patrimoni industrial, nuclis, patrimoni religiós i enoturisme.

[ENLLAÇ](#)

En el municipi de Masquefa tenen les següents rutes guiades: "Masquefa, de camí ral a vila industrial", "La Fàbrica Rogelio Rojo" i "Sant Pere i la Santa Creu".

##### Celler Raventós i Blanc

El Celler Raventós i Blanc, té la finca dins el terme municipal de Masquefa, tot i que les vinyes estan distribuïdes al llarg de la conca de l'Anoia. Tenen una web molt elaborada on no consta però, que facin visites enoturístiques. En canvi sí tenen un club per a tastos i trobades a l'entorn del vi. [ENLLAÇ](#)

#### 4.2.9 Associacions

##### Masquefa comerç

L'Associació de Comerços i Serveis de Masquefa és l'entitat que agrupa i representa al comerç de Masquefa.

Actualment l'Associació compta amb més de 90 socis de diversos sectors comercials, que creuen en el projecte de l'Associació i li donen suport.

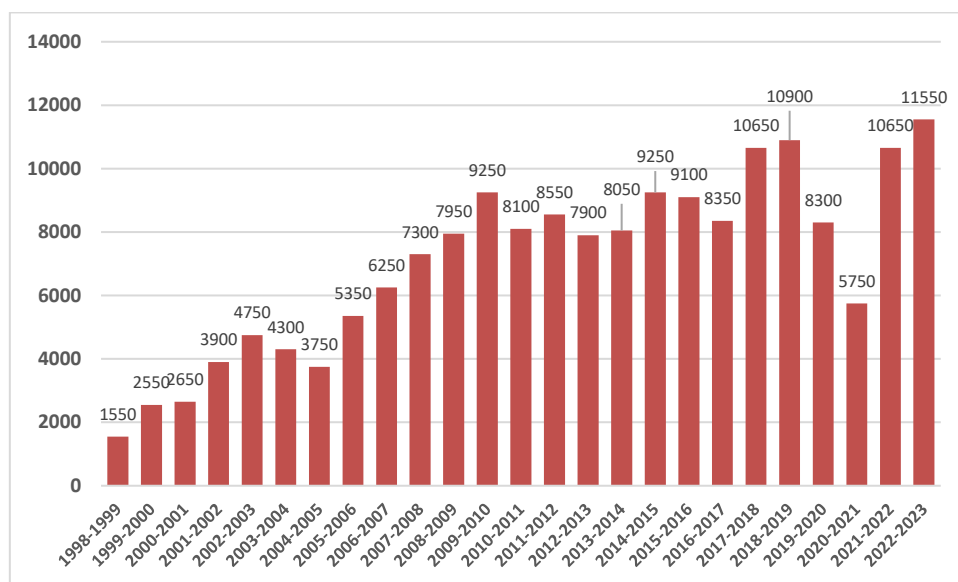
Els socis que formen part de l'Associació són empreses que estan interessades a fer créixer i dinamitzar el comerç masquefí i que volen implicar-se i defensar els seus interessos de manera conjunta.

### 4.3 Demanda turística de Masquefa

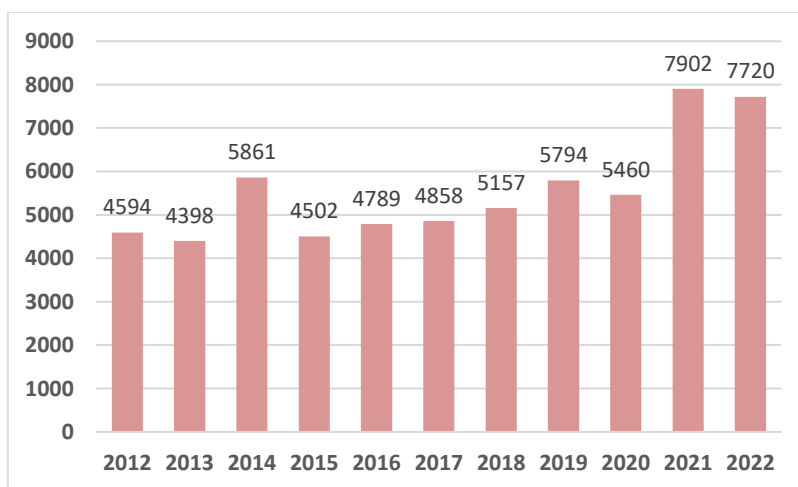
Per tal d'avaluar la demanda turística actual i potencial de Masquefa, comptem amb molt poques dades. Les més desglossades són les dades de visites facilitades pel CRARC. També disposem de dades de les visites guiades al patrimoni de Masquefa, dades de l'enquesta realitzada als participants de la darrera edició de la cursa de les 3 fonts, on també s'analitzen les implicacions turístiques d'aquesta. Per altra banda disposem de

nou aquí, dels índex elaborats per l'associació de Micropobles de Catalunya, en aquest cas referent, al nombre de turistes interprovincials i internacionals.

Pel que fa a la demanda turística del CRARC, aproximadament rep entre uns 20.000 i 22.000 visitants anuals. El 70% dels quals són escolars i per tant, es concentren de dilluns a divendres. Donades les dimensions del CRARC, aquest només té capacitat per rebre dues escoles al dia, el que es tradueix en 120 – 125 alumnes. El cap de setmana rep el 30 % restant, que en general són famílies. Al llarg de l'any, les visites comencen a incrementar a partir del gener i van creixent fins arribar al seu màxim als mesos d'estiu. Al setembre baixen fins al gener. En aquest cicle de visites hi ha varis factors que juguen: el més rellevant és la dificultat de veure rèptils a l'hivern, ja que aquests hivernen. El segon, és el propi calendari de vacances dels visitants. Tant les visites d'escolars com les de visitants no escolars, tal com mostren els següents gràfics, han tendit a augmentar any rere any, a excepció del 2020 degut a la Covid-19.



Visites d'escolars des del 1998 fins al 2023. Font CRARC.



Visites durant els mesos de juliol del 2012 al 2022 (inclou visitants,

En relació a les visites guiades al patrimoni, es disposen de dades des de l'abril del 2022. El primer que en destaquem és que aquestes no són visites regulars, la qual cosa ja denota que, a dia d'avui, hi ha una manca de demanda que dificulta que es puguin programar amb major freqüència. D'abril a desembre s'han realitzat 5 visites a la vila de Masquefa, 4 a la fàbrica Rogelio Rojo i 2 a l'església de Sant Pere i la Santa Creu. La visita amb més capacitat d'atracció és la de l'església de Sant Pere i la Santa Creu, que amb només dues visites ha aglutinat 134 persones. A continuació tenim les visites a la fàbrica Rogelio Rojo, que ha concentrat 100 visitants distribuïts en 4 visites. Per últim, la visita guiada menys exitosa ha estat la de la Vila de Masquefa, que només ha rebut 30 visitants entre les 5 visites que s'han realitzat. Ara per ara, aquestes visites tenen poca capacitat d'atraure visitants de fora del municipi, ja que pràcticament el 70% del participants a les visites són de Masquefa.

Quant als resultats de l'enquesta de la Trail de les 3 fonts, organitzada per Masquefa Trail, tenim d'entrada que van participar 348 corredors, i 191 van respondre a l'enquesta. D'aquests 191 corredors, 150 procedien de fora de Masquefa, però només dos van pernoctar a Masquefa (un corredor en allotjament de turisme rural i l'altre en autocaravana). La major part dels corredors (144) només han vingut a passar un dia, 36 tenen residència a Masquefa i 4 s'han allotjat a casa de familiars o amics. Aquests resultats deriven, d'una banda, de la proximitat del lloc d'origen dels corredors (la majoria de la província de Barcelona) i, de l'altra, de la reduïda infraestructura d'allotjaments que té Masquefa. Això impedeix que en un esdeveniment aglutinador de potencials visitants, aquests no puguin pernoctar a la vila. Cal tenir en compte a més, que un 63% dels corredors enquestats van venir acompanyats, per tant, és un esdeveniment que podria tenir importants implicacions turístiques.

Per últim, els índex elaborats per l'Associació de Micropobles de Catalunya són indicadors d'una baixa demanda turística. En relació al nombre de turistes interprovincials per cada 1000 habitants<sup>3</sup>, concretament l'índex és de 3,4 turistes per cada 1000 habitants, lluny dels màxim de 9 d'alguns municipis dels Pirineus o del 7 i 8 turistes interprovincials per cada 1000 habitants dels principals municipis turístics catalans. Dades una mica més elevades presenta el mateix índex aplicat als turistes internacionals<sup>4</sup>, concretament és de 3,8 turistes internacionals per cada 1000 habitants, lluny però dels índex que presenten els principals municipis turístics, que ronden el 7 i 8 turistes internacionals per cada 1000 habitants.

---

<sup>3</sup> Mesurament del turisme interior interprovincial a partir de la posició dels telèfons mòbils. Indicador obtingut a partir de l'estadística experimental de l'INE. Període 2019-2020.

<sup>4</sup> Mesurament del turisme receptor a partir de la posició dels telèfons mòbils. Representa el nombre de turistes mensuals per municipi de destí. Indicador obtingut a partir de l'estadística experimental de l'INE. Període 2019-2020.

## 5. VALORACIÓ DE L'IMPACTE DEL TURISME PER PART DELS AGENTS TURÍSTICS I LA POBLACIÓ LOCAL

### 5.1. Entrevistes a empreses i entitats locals

Per tal d'avaluar l'impacte del turisme, s'han dut a terme 3 entrevistes a agents que es consideren clau en el futur desenvolupament turístic de Masquefa.

Empresa/Entitat	Nom pers contacte	Càrrec
CRARC	Quim Soler	Director
HUT Ecofriendly House	Mariane Platé	Propietària
Restaurant Cal Cuiner	Raúl Generelo	Propietari

Masquefa no és un municipi turístic, per tant, els entrevistats no tenen una opinió dels diversos aspectes del municipi des d'una òptica turística. No obstant, han aportat informació d'interès per conèixer la realitat socioterritorial de Masquefa. També s'han analitzat els resultats de la participació ciutadana realitzada en el marc de la creació de la Marca Masquefa

En les entrevistes s'ha preguntat sobre les actuacions de promoció turística que es duen a terme i la opinió sobre la imatge del municipi.

#### Actuacions de promoció turística

Els entrevistats coincideixen que el nou consistori està treballant per promoure turísticament el municipi, però consideren que es podria fer més. A més, tenen la percepció que reben més informació turística a nivell municipal que no pas a nivell comarcal. De fet, el CRARC, essent punt d'informació turístic de l'Anoia, considera que hauria de poder proporcionar més informació als visitants.

Per altra banda, es constata que la participació de les empreses i entitats entrevistades amb actuacions del municipi és puntual i es dona en esdeveniments concrets. Des del punt de vista turístic, no hi ha col·laboracions entre empreses i/o entitats.

La HUT entrevistada considera de fet, que ella ha de fer molta tasca individual de cerca d'informació sobre el que es pot fer a l'entorn, per oferir-ho als clients.

Des del CRARC, consideren que hi ha elements del patrimoni masquefí que no s'estan promocionant prou i que sumarien atractiu a la vila, com és el patrimoni paleontològic o una millor promoció del patrimoni industrial a través de la Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya (Xatic).

Per altra banda, la marca Masquefa es veu com una bona estratègia per a donar a conèixer el municipi tant en la opinió dels nostres entrevistats com pel que se'n extreu del resultat de la participació ciutadana de la creació de la marca.

## Opinió sobre la imatge del municipi

Els aspectes turístics més ben valorats són la tranquil·litat, els paisatges vitivinícoles, les vistes a Montserrat, el CRARC, el cementiri Vell i la fàbrica Rogelio Rojo.

De fet, en la participació ciutadana de la creació de la marca Masquefa, el que més agradava de Masquefa era (per ordre): la qualitat de vida, el paisatge natural i la ubicació geogràfica. El que consideraven les icones més representatives de la vila eren les vistes a Montserrat, la Fàbrica Rogelio Rojo, el CRARC i el Cementiri Vell. Opinió que coincideix en bona part amb la dels entrevistats.

Quant a la ubicació geogràfica, part dels enquestats en el procés de participació de la marca Masquefa la veuen com un punt fort, alguns dels nostres entrevistats no la veuen tant favorable, ja que al ser terra de pas, els visitants no s'hi aturen. A més, consideren que la proximitat amb Barcelona fa que el visitant de la capital no pernocti a Masquefa (ni a la comarca en general), sinó que torni a la ciutat.

De fet, els enquestats en l'estudi de la marca Masquefa sí que consideren com a negativa una de les conseqüències de la seva ubicació: el trànsit. Encara que l'element que menys els agrada de Masquefa són els efectes derivats de l'abocador de Can Mata. En relació a la mobilitat, des del CRARC es considera que és un element molt millorable i que caldria una adequació de la carretera així com una major freqüència del tren. Dos dels entrevistats consideren que l'atenció al CAP hauria de millorar. Un d'ells considera que la saturació d'aquest servei pot derivar en una visió negativa del turista que vingui a Masquefa i requereixi ser atès pels serveis de salut pública de la vila. Per altra banda, un altre dels entrevistats, considera que la manca d'opcions d'oci nocturn provoca que persones que vindrien a sopar a Masquefa, ja no ho facin perquè no tenen més activitats a havent sopat.

## 6. CONCLUSIONS DIAGNOSI

A partir de la diagnosi elaborada, s'han definit un seguit de conclusions com a pas previ per a elaborar la DAFO.

Masquefa és un municipi ben connectat amb Barcelona, el conjunt de l'àrea metropolitana i Igualada, tant en tren com per carretera. Concretament disposa de tres parades de tren. Amb tot però, Masquefa està ben comunicat perquè tradicionalment ha estat un territori de pas, el que implica que les persones poc sovint s'aturin a Masquefa. Per altra banda, això fa que hi hagi un excessiu tràfic rodat a la vila (en especial a l'entrada i al carrer Major). Internament però, les diferents peces urbanes de Masquefa (urbanitzacions i vila) estan ben connectades entre sí amb bus interurbà.

Des de l'òptica de l'ordenació del territori és un municipi ben planificat, amb uns usos del sòl ben separats i ordenats, amb zones destinades a un ús industrial i espais agrícoles respectats. Tanmateix, al municipi veí dels Hostalets de Pierola hi ha l'abocador de Can Mata, que, malgrat estar ben integrat a nivell paisatgístic, és generador de problemes mediambientals.

A nivell d'infraestructura turística, l'element més destacat és la manca d'allotjament turístic i concretament hotelier ja que actualment només hi ha una HUT registrada amb 5 places. Sí en canvi, disposa d'una bona dotació d'equipaments esportius que podrien permetre desenvolupar un turisme esportiu.

Els recursos turístics dels que disposa Masquefa són pocs, però té el CRARC, que atrau un nombre elevat de visitants i és l'únic top turístic de l'Anoia al municipi. Ara per ara, encara no s'ha trobat la manera de fer que aquests visitants tinguin una motivació per quedar-se a Masquefa un cop surten del CRARC. A més, donades les seves dimensions, el CRARC té poca capacitat per incrementar el nombre de visitants (només podria fer-ho durant el cap de setmana i avaluant molt bé la capacitat de càrrega de la infraestructura). Cal afegir que bona part dels seus visitants són escolars, la visita dels quals pràcticament no reverteix en l'economia de la vila. Sí en canvi, poden servir de prescriptors del CRARC als seus familiars.

En relació al patrimoni cultural, només hi ha un element que tingui una dimensió supralocal: la fàbrica Rogelio Rojo. Gràcies a aquesta, Masquefa podria adherir-se a la xarxa XATIC de turisme industrial i tenir un altaveu més per a promocionar-se. Ara per ara però, Masquefa no en forma part. A més, des de l'any 2013 existeix el centre d'Interpretació de la fàbrica Rogelio Rojo, el qual però, no està obert al públic sinó hi ha una petició expressa de visitar-lo.

Les muntanyes de Montserrat són un recurs turístic molt important del patrimoni natural de Masquefa, tanmateix, aquestes no es localitzen dins el terme municipal i les seves vistes són compartides amb altres municipis. Ara bé, continuen essent un recurs molt rellevant a treballar, escenari de fons de la vila, que es combinen amb el paisatge de la vinya i, amb molta capacitat d'atraure turistes de Catalunya i internacionals. Cal afegir, que Masquefa disposa d'una xarxa de senders que permet gaudir d'aquest entorn.

Pel que fa a la demanda turística de Masquefa, aquesta és pràcticament inexistent, derivada en bona part de la manca d'allotjaments hotelers. Sí que hi ha flux de visitants a la vila, que principalment venen a conèixer el CRARC. Però la falta d'allotjaments, impedeix que aquests visitants puguin convertir-se en turistes degut a la impossibilitat de pernoctar al municipi. La mateixa casuística ens trobem en els esdeveniments culturals i esportius que s'organitzen a la vila. Aquests atrauen un nombre no menyspreable de visitants, no obstant i això, no tenen la possibilitat de pernoctar a Masquefa, perdent així potencials turistes.

Masquefa no té definit un model turístic degut a la manca de tradició en aquest sector de l'economia. Això fa que els agents del territori no tinguin una visió turística i que, conseqüentment, el sector privat estigui poc professionalitzat dins aquest àmbit. Malgrat tot, Masquefa compta amb recursos per integrar-se en l'estratègia turística que s'està desenvolupant des d'Anoia Turisme de *slow tourism*, turisme de natura i enoturisme. Encara a nivell comarcal, la fàbrica Rogelio Rojo no està promocionada suficientment per part d'Anoia Turisme, això denota una manca d'integració d'aquest patrimoni en un context històrico-territorial més ampli i, per tant, que no s'estigui promocionant fora del municipi.

Una altra oportunitat que tindria Masquefa en la definició del seu model turístic, és la d'integrar-se en la estratègia enoturística de la DO Penedès, de la qual formen part els dos cellers del municipi: Can Bonastre Wine Resort i Raventós i Blanc. Tanmateix, la gestió del enoturisme per part de la DO Penedès, està delegada al Consorci de Promoció Turística del Penedès, on no hi estan integrats ni el Consell Comarcal de l'Anoia ni l'Ajuntament de Masquefa.

Un element positiu per a desenvolupar un turisme sostenible al municipi, és el fet que l'ajuntament està treballant per obtenir el certificat Biosphere de cares al període 2025-2027. No obstant, el sector privat encara no està prou implicat en apostar per la sostenibilitat.

## **7. ANÀLISI DAFO DE MASQUEFA**

Com a resultat de les reunions amb l'ajuntament, les entrevistes realitzades als principals actors de la vila i els resultats del treball de participació ciutadana realitzat en el marc de la Marca Masquefa, s'ha definit una diagnosi en base a l'eina metodològica DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats).

A continuació us presentem la matriu DAFO, com a resum dels apartats de la diagnosi exposada anteriorment i incloent també aspectes externs que afecten al desenvolupament turístic de Masquefa.

## DEBILITATS

- La manca de places hoteleres i de diversitat d'allotjaments, especialment allotjaments hotelers.
- Territori de pas, on generalment, no s'aturen visitants perquè Masquefa no és el destí final.
- Alta densitat de trànsit a l'entrada del municipi i al carrer Major.
- Manca de recursos turístics de rellevància supramunicipal.
- Nucli antic amb poca capacitat d'atracció des del punt de vista arquitectònic.
- Poc aprofitament del patrimoni industrial del municipi.
- Els principals visitants del CRARC són escolars, els quals, pràcticament no reverteixen sobre l'economia local.
- El centre d'interpretació Rogelio Rojo no compta amb un horari d'obertura ni personal al càrrec de la seva visita.
- Manca d'activitats culturals al vespre.
- Sector privat poc professionalitzat turísticament.
- La manca de restauració de qualitat.
- La poca cooperació entre empreses i la falta d'una associació empresarial turística i/o gastronòmica activa.
- Manca de planificació turística i estratègia de màrqueting clara i continuada.
- Manca d'una visió turística dels agents del territori.
- Manca de col·laboració publico-privada per definir una estratègia turística.
- Una estructura de recursos humans i pressupostària molt petita per la gestió i el foment del turisme.

## AMENACES

- Existència d'altres municipis de la comarca de l'Anoia amb més capacitat d'atracció turística.
- Presència de l'abocador de Can Mata en el municipi veí de Hostalets de Pierola.
- Percepció entre la població que hi ha un problema d'incivisme al municipi.
- Poca capacitat de creixement en nombre de visitants del CRARC. Només podria créixer durant els caps de setmana.
- Les muntanyes de Montserrat són un element patrimonial compartit amb altres municipis.
- L'enoturisme no està ben posicionat ni representat a nivell de municipi.
- Un sector privat que, majoritàriament, no s'implica en l'aposta cap a la sostenibilitat (compromís Biosphere) i la digitalització.
- Manca de comunicació fluida entre el CRARC i l'Ajuntament.
- Proximitat a l'àrea metropolitana.
- La incertesa per les crisi energètica i la guerra d'Ucraïna.
- El canvi climàtic i l'afectació que pot tenir al turisme.

## FORTALESES

- Desenvolupament de diversos projectes turístics per part de l'actual consistori.
- L'Ajuntament de Masquefa té previst donar-se d'alta del segell Biosphere aquest 2023.
- Ben connectat amb Barcelona i Igualada, tant per ferrocarril com per carretera.
- Municipi ordenat des del punt de vista urbanístic.
- Bus interurbà que connecta les diferents urbanitzacions i el centre de la vila.
- Municipi amb equipaments esportius diversos.
- Xarxa de camins per a senderistes i cicloturistes.
- El CRARC és un recurs que atrau anualment milers de visitants, a la vegada que és punt d'informació turística.
- Organització d'esdeveniments culturals i esportius, tant a nivell privat com públic, que atrauen participants de la província.
- Centre d'Interpretació de la fàbrica Rogelio Rojo.
- Paisatge vitivinícola, amb les muntanyes de Montserrat com a escenari de fons.
- Existeixen dos cellers de renom Can Bonastre i Raventós i Blanc dins del terme municipal, pertanyents a la DO Penedès.
- Web "Mira Masquefa" que conté les propostes de visites i activitats que es poden fer en un dia a Masquefa.
- Els comerciants col·laboren amb l'Ajuntament en les festivitats locals.

## OPORTUNITATS

- Previsió de pacificar el trànsit al carrer Major.
- Redacció de l'Agenda Urbana.
- Col·laboració del CRARC amb altres centres de recuperació de fauna, en el marc de la promoció d'un turisme científic.
- Els escolars que visiten el CRARC, poden fer de prescriptors a les seves famílies en un futur.
- El Consell Comarcal de l'Anoia està treballant en el desenvolupament turístic vinculat al *slow tourism*, turisme de natura i enoturisme.
- La Xarxa XATIC de Turisme Industrial de Catalunya pot incorporar Masquefa gràcies a la fàbrica Rogelio Rojo.
- Percepció entre la població que hi ha una certa cohesió social, fet que pot facilitar la implementació d'una estratègia turística.
- Els ciutadans de Masquefa associen a la vila valors de tranquil·litat i qualitat de vida, els quals estan alineats amb l'estratègia de *slow tourism*.
- Es veu positivament entre la població local treballar per atraure turistes.
- Associació de comerç dinàmica i amb un gran nombre d'associats, que pot vehicular determinades iniciatives amb implicacions turístiques.
- Els programes europeus (Marc Financer Plurianual 2021-2027 i Fons de Recuperació i Resiliència) com a possibles fonts de finançament per inversió i promoció.
- El teletreball i els nòmades digitals poden incrementar la diversificació i la desestacionalització de l'oferta.
- Les noves tendències turístiques en els països més desenvolupats, enfocades a buscar un turisme de qualitat, autèntic i de proximitat.
- La disminució de residents a les ciutats amb cotxe propi, afavoriran les estades en indrets ben comunicats i que ofereixin una gamma variada d'activitats, ben connectades.

## 8. TENDÈNCIES VACACIONALS QUE S'ESTAN IMPOSANT

El turisme és una de les indústries europees i mundials més grans, que atén milions de viatgers internacionals cada any. Els turistes viatgen majoritàriament per gaudir de paisatges, entorns naturals i rurals així com ciutats, llocs històrics, ben conservats i amb caràcter.

Malgrat que aquests valors es mantenen, l'estil de vida dels ciutadans dels països més desenvolupats canvia i els viatgers actuals i futurs tenen més experiència, s'interessen per propostes i activitats que els ajudin a sentir-se millor i a créixer com a persones i són més conscients de la seva petjada de carboni. Alhora estan familiaritzats amb les tecnologies de la comunicació i són cada vegada més "digitals".

Com a resposta a aquestes demandes, és cada cop més evident l'aposta per la sostenibilitat de les empreses i administracions.

De fet, diversos informes de la Comissió Europea apuntaven com a tendències dels turistes europeus i dels països de l'OCDE pel 2020, les següents:

- Demanda d'experiències singulars i saludables en entorns sostenibles.
- Disseny de productes dirigits a públics objectiu, cada cop més segmentats.
- Model turístic i de mobilitat, alineats amb la lluita contra el canvi climàtic.
- Estreta relació entre activitat física, salut i benestar, afavorint el turisme actiu.
- Desenvolupament digital que permet la comunicació i comercialització a gran escala.

Així mateix, en la "European Tourism Convention" de octubre de 2020 es concretaven les tendències que marcarien les polítiques turístiques a Europa sota els següents eixos:

- **Experiència turística segura i fluida**
  - Per reforçar els viatges sense problemes per a un flux de viatgers segur i fluid
  - Millorar les experiències turístiques segures i fluides a les destinacions, en benefici dels turistes i dels residents
  - Enfortir la cooperació i la coordinació per millorar el turisme sense problemes i segur
- **Vacances més verdes/sostenibles**
  - Accelerar la descarbonització cap a la neutralitat climàtica pel 2050.
  - Implementar mitigacions de canvi climàtic i mesures d'adaptació per fer més flexibles negocis i destinacions.
  - Fomentar nous models de negoci mitjançant la innovació per al desenvolupament sostenible i una economia de turisme circular.

- **Turisme impulsat per dades**

- Reforçar l'estratègia europea sobre dades i digitalització del turisme de la UE
- Dirigir la innovació cap a una transformació digital del turisme aprofitant les dades i les noves tecnologies
- Avançar en la integració i compartició del conjunt de dades turístiques

Aquesta sensibilitat per part dels europeus en la cerca de destinacions i productes més sostenibles, s'ha vist ratificada per una enquesta publicada el desembre del 2021 per Eurobaròmetre sobre les actituds dels europeus vers el turisme.



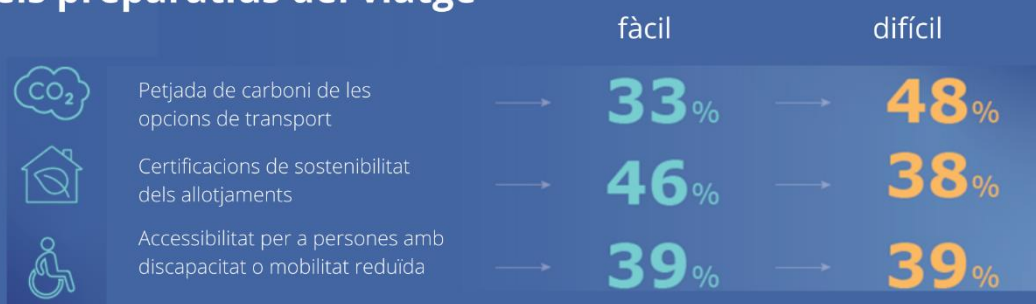
Es tracta d'una onada d'enquestes iniciada l'any 2009, en plena crisi econòmica per avaluar-ne els seus efectes i repercussions en el mercat turístic europeu. Des de 2009 a 2015 es va publicar anualment i el 2021 s'ha tornat a fer per avaluar les conseqüències de la COVID-19.

Malgrat que l'estructura de l'informe ha canviat una mica, introduint preguntes clau sobre com la pandèmia impacta en el comportament dels viatges, destaca el creixement de la sensibilitat cap a un comportament turístic més sostenible, al qual es dedica una secció específica del qüestionari

Pel seu interès i actualitat, compartim algunes de les infografies que resumeixen els resultats obtinguts. Quant a sostenibilitat:



## Facilitat per trobar informació relacionada amb la sostenibilitat o l'accessibilitat durant els preparatius del viatge



Pel que fa a la cerca d'informació sobre les destinacions:

## Aspectes clau als quals els ciutadans de la UE presten atenció a l'hora de seleccionar la seva destinació



Oferta cultural a la destinació (museus, esdeveniments locals, gastronomia)

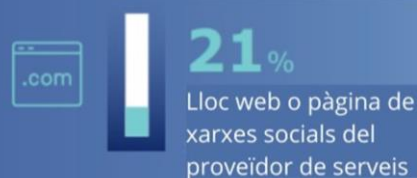
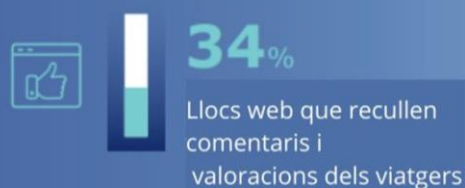


El preu del viatge



Medi natural a la destinació

## Fonts d'informació preferides



Altres documents de referència

Per adaptar-se a aquestes tendències, el govern de l'estat, a través del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MINCOTUR) va publicar el gener del 2019 el document "Directrices generales de la Estrategia de turismo sostenible de España 2030". L'objectiu d'aquesta Estratègia és assentar les bases de transformació del turisme de l'estat cap

a un model de creixement sostingut i sostenible, que permeti mantenir el seu lideratge mundial.

El nou model es recolza en la millora de la capacitat, competitivitat i la rendibilitat de la indústria, en els valors naturals i culturals diferencials de les destinacions i en la distribució equitativa dels beneficis i càrregues del turisme. Aquesta estratègia s'estructura en 5 eixos i 18 línies d'actuació. El document complet es pot descarregar al següent link



A nivell de Catalunya, l'estratègia que va formular l'Agència Catalana de Turisme és el resultat del procés de concertació amb molts actors que van participar en el congrés Catalunya reStart Turisme la tardor del 2020. Les línies estratègiques que es van marcar són les següents:

Generalitat de Catalunya  
Agència Catalana de Turisme



## LÍNIES ESTRATÈGIQUES



Digitalització

Innovació  
en les  
experiències

del Turista  
al Resident

Sostenibilitat

Governança i  
Aliances

el Llegat

Pel que fa a la demarcació de Barcelona, cal fer referència també al document Estratègia Zer0.

Es tracta d'una iniciativa promoguda per la Diputació i per l'Ajuntament de Barcelona, donada per la crisi sanitària de la COVID-19 en el 2020.

Es parteix de la base que les estratègies dutes a terme fins al moment deixen de ser vàlides i cal fer front a un nou escenari, totalment incert, tant en el temps de recuperació sanitària i econòmica com en

Reflexió nou Pla d'accions 2020:  
**Estratègia Zer0**



Oficina de Màrqueting Turístic – Diputació de Barcelona

les influències que aquest fet pugui tenir en el comportament del turista i en la seva manera de viatjar.

El document planteja els següents objectius per a l'Estratègia Zer0 que ha de permetre orientar les properes accions a mitjà i llarg termini:

- Compromís amb el turisme sostenible i responsable
- Suport al sector turístic
- Generar confiança amb el treball en xarxa públic-privat
- Optimitzar les estratègies de màrqueting
- Redefinir mercats i enllaçar complicitats
- Cercle de Turisme (plataforma de serveis de màrqueting turístic de les comarques de Barcelona en què participen el sector privat i públic)
- Fomentar la comercialització
- Treballar amb la intermediació i nous productes turístics

Així mateix, el Pla estratègic turístic de les Valls d'Anoia, presentat el desembre del 2019. Defineix sis eixos que seran centrals en la creació i promoció dels productes de les Valls de l'Anoia:

- Sostenibilitat
- Tranquil·litat
- Singularitat
- Qualitat
- Vivències personals i relat per explicar
- Immersió i aprenentatge

En aquests documents, aspectes com l'aposta per l'excel·lència, sostenibilitat i sensibilitat de tots els actors envers a l'entorn, la segmentació de productes, la innovació i intel·ligència de mercats, figuren com algun dels elements clau del futur desenvolupament turístic del territori.

Per tant, en tots aquests documents hi ha un seguit de conceptes que es converteixen en el fil conductor de les estratègies i programes d'actuació i que per la seva importància i actualitat, mereixen una explicació més detallada.



## SOSTENIBILITAT

La sensibilitat dels consumidors pel que fa a un estil de vida més sostenible està creixent des de fa anys. A més, en relació al Covid-19, la consultora Euromonitor Internacional afirmava que un 76% dels consumidors estarien més implicats en la sostenibilitat després del Covid-19 però fins a un 42% de les empreses de viatges estaven posposant llançar al mercat nous productes sostenibles.

Un 50% dels clients enquestats per l'empresa Booking, en el [Sustainable Travel Report 2022](#), afirma que les notícies sobre el canvi climàtic han influenciat el fet que la seva elecció sigui més sostenible i fins a un 71% del total (+10% sobre l'any anterior) volen fer esforços per viatjar de manera més sostenible.



Així mateix, continua l'interès per trobar allotjaments sostenibles. Un 40% confirmar que han vist algun lloc sostenible per passar les vacances i un 38% estan buscant informació sobre quins esforços està fent un allotjament en temes de sostenibilitat, abans de reservar.

També l'opinió dels viatgers que han estat en algun allotjament sostenible com a mínim una vegada l'any anterior, afirmen que ho han fet per reduir la seva petjada en el medi ambient, un 33% perquè volien tenir una experiència turística més "local" i un 31% pensen que en els allotjaments sostenibles, es tracta millor a la població del seu entorn.



46% of global travelers have stayed in a sustainable accommodation at least once over the past year and the reasons vary:

41%  
wanted to help  
reduce their impact  
on the environment

33%  
wanted to have a  
more locally relevant  
experience

31%  
believed sustainable  
properties treat the  
community better

Els “viatgers sostenibles” es poden dividir en 2 grans grups:

**Convençuts.** És encara un segment reduït en nombre, però és molt interessant pel fet que marquen tendència. Tenen expectatives molt altes de les destinacions i les empreses i alhora són molt crítics amb pràctiques de “greenwashing” o “rentat de cara”. És a dir, comunicar una sostenibilitat superior a la que realment s’està portant a terme.

**Generalistes,** amb una implicació menys intensa. Són molt més nombrosos però amb un potencial enorme de creixement, tal com es veu any rere any per exemple, en les enquestes de Booking.

No tenen un coneixement profund del turisme sostenible però prefereixen pràctiques que ho siguin ja que ho associen a allò que és correcte. Aquí el paper de les empreses comercialitzadores és rellevant i sovint els propis usuaris consideren que la responsabilitat recau en les agències i plataformes de venda.

Davant d’això, l’aposta per un model de desenvolupament turístic més sostenible és cada cop més compartit pels grans operadors empresarials. Entitats com Booking.com, TripAdvisor, etc. estan treballant conjuntament per unificar els criteris que facilitin als usuaris la selecció d’allotjaments, experiències o destinacions que estan treballant sota paràmetres de sostenibilitat. Un exemple d’això és la web [www.travalyst.org](http://www.travalyst.org).

En l’actual període comunitari 2021-2027 i en el Fons de Recuperació, Transformació i Resiliència -NEXT GENERATION EU-, els temes relacionats amb l’economia verda (green economy) i canvi climàtic hi tenen un paper determinant. Concretament, el 37% dels recursos del Next Generation EU es destinen a la green economy i el 25% del Fons del Marc Financer Plurianual 2021-2027, han d’estar relacionats amb canvi climàtic.

## MOBILITAT

La mobilitat ha esdevingut un altre dels temes clau.

La reducció de les emissions de CO2 causades pels desplaçaments turístics és un dels cinc àmbits prioritaris acordats per l’Organització Mundial del Turisme per assolir els

Objectius de Desenvolupament Sostenible aprovats per l'ONU en el marc de l'agenda 2030. Els gasos d'efecte hivernacle estan relacionats, com a mínim, amb tres d'aquests objectius: 7, 11 i 13 i el compromís adoptat és reduir, com a mínim, un 5% les emissions generades pel turisme a tot el món.



Tenint present que més del 70% dels ciutadans de la UE viuen en zones urbanes, la mobilitat s'ha convertit en un factor cada vegada més important en la seva qualitat de vida. El trànsit i infraestructures de transport influeixen en el medi ambient, la salut, la igualtat social i el desenvolupament econòmic.

Així mateix, les noves solucions de mobilitat s'estan posant a l'avantguarda de la innovació tecnològica i social, segons ICLEI, entitat que agrupa més de 2.500 municipis i regions de més de 125 països, que aposten pel desenvolupament sostenible <https://iclei.org/>.

Malgrat que actualment, sobretot en l'àmbit rural, l'aposta per la mobilitat sostenible sembli molt llunyana, cal tenir en compte que a les ciutats europees el nombre de famílies que disposa de cotxe propi cada vegada és inferior i en canvi, creixen altres sistemes de mobilitat sobretot entre les generacions més joves, com el cotxe compartit i l'ús de diversos enginyers com bicicletes i patinets elèctrics. En aquest sentit, van apareixent arreu iniciatives, tant a nivell de destinacions com d'empreses del sector turístic, per donar resposta a aquesta demanda creixent.

Així mateix, sorgeixen iniciatives empresarials individuals o col·lectives, que busquen mesurar i compensar les emissions de CO2 generades per les estades vacacionals. Una iniciativa local en és el portal [www.gratitudpallars.cat](http://www.gratitudpallars.cat).

Masquefa té en aquest cas un avantatge competitiu en aquest sentit, en disposar d'estació de tren de la línia de FGC i connexions amb bus per arribar-hi malgrat les deficiències en alguns casos i la manca de connectivitat amb els municipis del seu entorn.

Tot i això, es detecta una manca d'informació tant en la plana web de Anoia Turisme, com de Masquefa, en les què es presenta informació de qualitat sobre activitats de senderisme o en bicicleta, per exemple les rutes de Natura Local, però en canvi no informa de com arribar-hi, amb mitjans alternatius al cotxe propi.

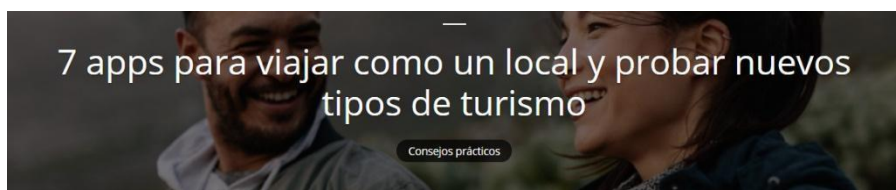
La digitalització, que facilita el ràpid accés a informació sobre intermodalitat, és un factor clau que accelera aquest procés i que representa una oportunitat per aquelles destinacions que són conscients d'aquest repte i que aposten per donar-hi suport i informació per captar nous visitants.



<https://ecf.com/trains-cyclists>

## SINGULARITAT

Els viatgers busquen cada vegada més productes i experiències que connectin amb els seus valors i siguin coherents amb el seu estil de vida. Busquen experiències locals i úniques amb autenticitat sociocultural, identitat cultural i el contacte i participació en la vida local.



Els canvis en els mercats i les noves demandes turístiques exigeixen crear nous productes que s'hi adaptin. Segons SEGITTUR<sup>5</sup>, aquests canvis s'han d'entendre en el marc que caracteritza l'anomenada societat de la il·lusió (dream society) en la què el pes del comportament emocional (vinculat a valors, emocions i sentiments) és més rellevant que el comportament racional (basat en l'adquisició de coneixements).

En aquesta mateixa línia, la preocupació mediambiental fa que augmenti la demanda de productes relacionats amb la natura i la seva conservació.

---

<sup>5</sup> Segittur 2019. Informe sobre economia circular aplicada al turisme.

Un bon exemple es troba a la regió francesa de la Somme, en la qual els guies i empreses d'activitats es presenten a la web corporativa de la destinació d'una forma original, a través d'una "selfie" i d'una petita explicació del què proposen i què els motiva a fer-ho.



## SEGMENTACIÓ

Els viatgers són cada vegada més experimentals, disposats a provar nous productes, gastronomia i activitats i per tant, no escolliran destinacions on els productes o serveis tinguin poc interès. Els últims anys estan sorgint nous nínxols que inclouen el turisme actiu i de natura, el turisme "creatiu", etc.

Trip Advisor, en un informe sobre tendències dels consumidors realitzat el 2017, mostra quines categories d'experiències van tenir un creixement més ràpid a nivell mundial, a partir de les reserves realitzades a la seva web. Destaquen:

- Itineraris d'interès històric i patrimonial + 125%
- Viatges privats d'un sol dia +79%
- Tours gastronòmics +57%
- Classes de cuina +57%

En aquest apartat cal tenir en compte així mateix els diferent perfils de visitants, que es classifiquen per diversos conceptes:

- Grups d'edat
- Grau de coneixement/interès de l'activitat
- Lloc de procedència

- Altres

La mitad de los españoles organiza vacaciones familiares con hijos adultos  
por Eva Carroza | Jul 23, 2018 | Noticias | 0 Comentarios



Tant important com crear productes que s'adaptin als segments emergents, és donar visibilitat a aquests productes en les plataformes de promoció i suport a la comercialització al nostre abast.

Per això s'ha fet una anàlisi de la presència que té Masquefa en les planes web de les entitats de promoció turística, que es recomana anar actualitzant periòdicament.

Veiem l'evolució que van tenint les planes web de destinacions, empreses i activitats, catàlegs i campanyes de comunicació, en què els recursos i activitats turístiques ja no es presenten de forma genèrica, sinó que es busca atreure l'interès de segments específics de demanda.



## Què estàs buscant?

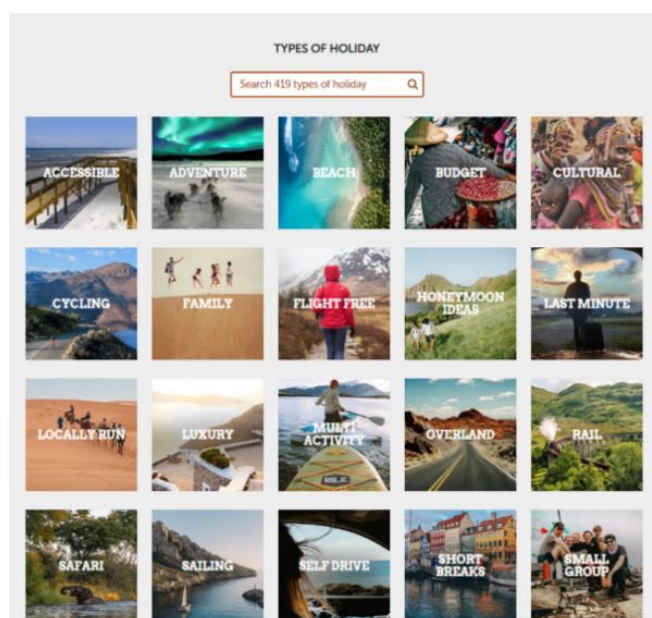
Cerca destinacions, experiències i activitats

Què vols fer?
Com et sents?
Comarques

Aventurer  
 Familiar  
 Relaxat

Curiós  
 Foodie

**Tria la teva experiència**



En el cas de l'Anoia, cal tenir en compte la seva participació com a zona pilot en el projecte intermediterrani de turisme "slow" Med Pearls. Un dels resultats del projecte ha estat una plataforma conjunta de promoció de les destinacions que hi ha participat <https://www.breathingland.com/en/Category/28/Anoia> en què es presenten diverses ofertes d'estada que es combinen amb activitats diverses.



<https://www.breathingland.com/en/Find>

What are your interests?



També es disposa de fotos i vídeos promocionals, que es poden trobar a <https://www.youtube.com/@breathingland6791/videos>.

## ACOLLIDA

La qualitat de l'acollida és també un factor determinant per la bona reputació d'un establiment, una activitat o una destinació i està molt relacionada amb el concepte de quina és la òptima relació qualitat-preu.

El client no només valora la qualitat de les instal·lacions i serveis als que accedeix (neteja, comoditat del llit, informació adequada, etc.) sinó molt especialment, el tracte i l'acollida per part de la destinació, els establiments i pels residents amb qui es relaciona.

En l'informe esmentat anteriorment sobre les actituds dels europeus envers el turisme, realitzat per la Comunitat Europea l'any 2021 es planteja una pregunta de quines són les 3 principals fonts d'informació per escollir el lloc de vacances.

És interessant remarcar que les recomanacions d'amics i familiars, l'experiència personal de viatges previs i les consultes a planes web que recopilen comentaris, ressenyes i valoracions dels viatgers són les fonts d'informació més consultades a l'hora d'escollir la destinació. És a dir, totes aquelles en què el client s'ha sentit ben acollit i per tant es converteix en el principal prescriptor.



El segueixen en importància, les planes web o xarxes socials dels proveïdors (oficines de turisme o empreses). Amb percentatges inferiors apareixen la informació proporcionada per agències de viatges (15%), per oficines de turisme (13%), premsa, radio i TV (12%), en guies i revistes especialitzades (9%), per blogs i influencers (9%) i per campanyes de promoció de les destinacions (5%).

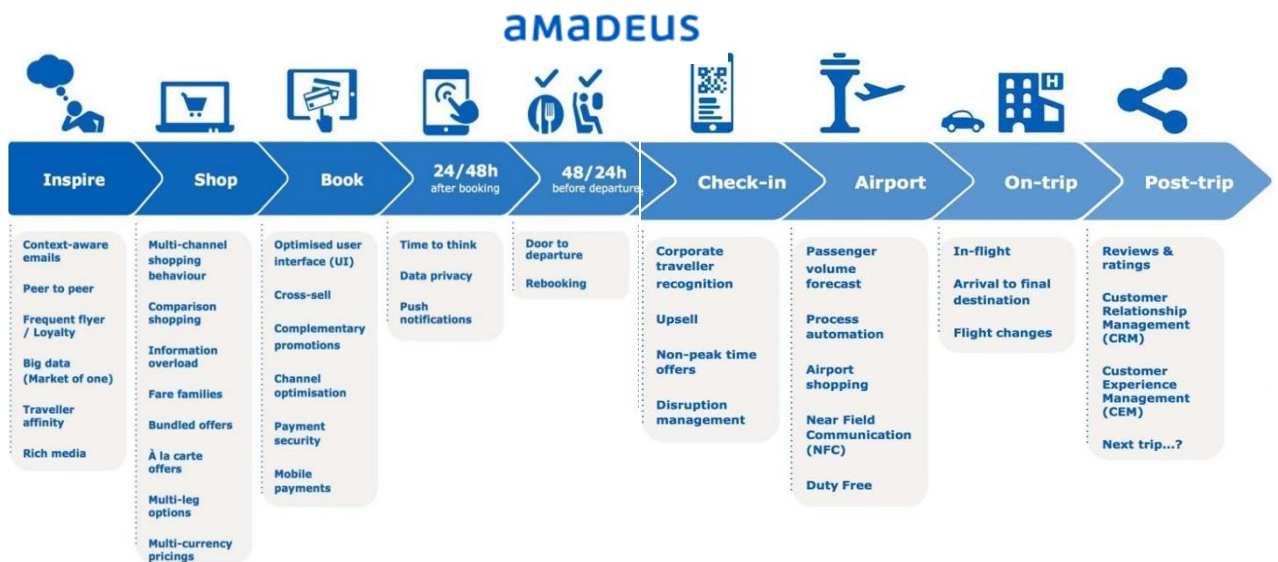
## DIGITALITZACIÓ

Pel que fa a digitalització, cal aplicar-hi accions i esforços ja a curt termini tenint en compte que el propi Parlament europeu en una publicació del 2019 que identificava futurs reptes del turisme europeu, considerava que les TIC (tecnologies de la informació i comunicació) són clau per desenvolupar una indústria i destinacions turístiques europees més intel·ligents i competitives.

En el nou període comunitari la digitalització és un requisit transversal i prioritari a tots els programes. Així mateix, pel que fa als Fons de Recuperació, Transformació i Resiliència -NEXT GENERATION EU- el 20% dels recursos es destinen a la transformació digital.



La digitalització té un paper cada vegada més destacat en totes les fases de consum del producte. Des de la fase d'inspiració de quin tipus d'experiència, viatge o destinació es busca, fins a la forma d'accedir a la informació, reservar, desplaçar-se, gaudir de l'estada i compartir l'experiència, un cop finalitzat, a través d'amics, familiars i xarxes socials.



En el marc del projecte Med Pearls mencionat anteriorment, en que l'Anoia ha participat com a zona pilot, cal destacar així mateix que es va donar suport a 2 empreses tecnològiques, per tal de desenvolupar solucions vinculades al sector turístic. Les dues empreses seleccionades han basat les seves aplicacions en la destinació Anoia. Es pot veure un exemple desenvolupat per l'empresa Tourknife a <https://turismovivencial.yovivo.es/>

## Assaborir cada pam de la destinació, coneixent les seves arrels



Amfitrions locals



Experiències Slow



Gastronomia de proximitat

Cultura i tradició

També una solució desenvolupada per l'empresa Iternatura: "SlowQuest" que dona eines per tal que els viatgers tinguin tota la informació del viatge preparat per la seva agència, en una sola aplicació. Per això, s'han geolocalitzat els principals recursos turístics de la comarca, hi ha la possibilitat de fer una visualització 360° d'alguns dels espais més icònics, així com s'ha incorporat la gamificació, amb què els usuaris poden obtenir punts. La intenció és que puguin ser intercanviables en comerços de la comarca.

## 9. SEGMENTS DE VISITANTS I TIPOLOGIES DE PRODUCTES

En aquest capítol s'han identificat els segments de visitants potencials de Masquefa en el futur, partint de la base socioterritorial de la vila, així com s'ha definit les tipologies de productes turístic que tenen un major interès per elaborar el Pla d'Acció de Masquefa.

Els potencials segments de visitants futurs identificats són els següents:

- Multigeneracional i famílies
- Senderista d'un sol dia (excursionista)
- Sport lovers per a esdeveniments

Els segments de visitants són aquells públics prioritari als quals es considera que s'han de dirigir les actuacions de promoció i comercialització, així com de creació d'oferta turística. Són segments de visitants interessants de captar donades les característiques de la vila de Masquefa.

### 9.1. Multigeneracional i famílies

Hi ha avui en dia diverses tipologies de família que cal tenir en compte: pares amb nens petits, pares amb adolescents i famílies monoparentals que acostumen a cercar viatges en grup per compartir amb altres famílies. Per altra banda, cada cop més hi ha grups multigeneracionals, que inclou des dels avis, els pares i els fills amb nets i que un cop l'any cerquen viatjar junts.

Cada família té les seves preferències a l'hora d'organitzar el viatge, però es detecten alguns elements identificadors d'aquest segment:

- Opten tant per reservar paquets a través d'operadors turístics com per organitzar les vacances de forma independent, sense que hi hagi una opció predominant.
- Habitualment contracten vacances amb tot inclòs, per tal d'haver de planificar menys àpats i tenir un major control de la despesa.
- Cal tenir en compte les motivacions i habilitats de tots els membres de la família, tot i que solen tenir més pes les preferències de les generacions més joves. La mare té un pes fonamental en la presa de decisió de la destinació.
- Cerquen vacances que combinin experiències i activitats amb temps lliure, per garantir que tots els membres de la família estiguin satisfets.
- El motiu principal del viatge és passar temps en família, això fa que busquin viatges que ofereixin la oportunitat de convivència familiar, vincle, comunicació, creació de relacions, consolidació de valors i tradicions familiars.
- La tipologia de viatges és molt diversa, però incorporen activitats de turisme actiu i cultural, que s'adaptin a nens i a adults.
- Busquen allotjaments on tota la família hi pugui estar a gust, però principalment opten per hotels de 3 i 4 estrelles. En el cas dels mercats de proximitat, el lloguer d'apartaments, de cases de turisme rural o allotjar-se en casa de familiars i amics té un pes important. Pel que fa als mercats internacionals, els càmpings també són una opció molt triada.
- L'estada mitjana de les famílies és de 7 a 8 nits.

- Les èpoques en què viatgen coincideixen amb les vacances escolars dels països emissors.
- Aproximadament el 50 % de les famílies planifiquen les vacances amb un mes d'antelació i, l'altre 50% la planifiquen a l'últim minut.
- L'elecció de la destinació la duen a terme gràcies a la recomanació d'amics i familiars, consultes a webs, blogs i internet. També utilitzen altres canals com les guies de viatge, les xarxes socials o les Agències de Viatges (AAVV) o Tour Operadors (TTOO).
- Les reserves es formalitzen a través d'OTA's o plataformes on-line, directament amb el prestatari o amb TTOO pels mercats més llunyans.

Entre els viatges familiars, el viatge multigeneracional es preveu que tingui un fort creixement en els propers anys, sobretot procedents de mercats emissors europeus, el Canadà i els Estats Units. No obstant, en relació a Masquefa, el *visitors persona* a captar és la família "no extensa" (pares amb fills en les seves diferents tipologies). La vila no ofereix ara per ara tota la infraestructura a nivell de serveis i d'oferta d'activitats per acollir totes les generacions i que aquestes tinguin "el seu espai". Sí en canvi, pot oferir experiències per a pares amb fills (tenint en compte que les preferències dels fills seran les prioritàries).

# Multigeneracional/Families

**Nom:** Pere i Carme

**Edat:** 80 anys

**Estat laboral:** Jubilats

**Família:** Tenen dues filles i un fill entre els 38 i els 44 anys. Tenen 3 nèts entre els 2 i els 21 anys.



*"Ens encanta poder gaudir de temps de qualitat amb la família"*

## Motivacions

Realitzar activitats amb la família

Turisme actiu

Experiències culturals

Sol i platja

Relaxació

Salut i benestar

## Bio

En Pere i la Carme porten 45 anys casats. En Pere és metge retirat i la Carme va exercir de professora universitària. Des de que es van jubilar es dediquen a les seves aficions i a la família.

Acostumen a realitzar un viatge llarg a l'any i alguna escapada en parella o amics.

Des de fa un parell d'anys organitzen cada estiu una setmana de vacances amb tota la família (fills i nèts) en un lloc de muntanya o de platja

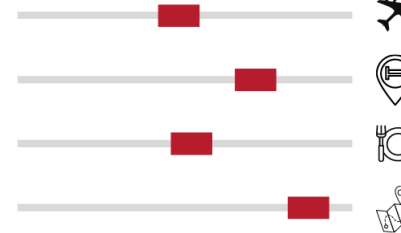
## Activitats



## Canals

Utilitzen els ordinadors per recerca, informació i reserves. Reserven també mitjançant agències especialitzades.

## Pressupost



## Xarxes Socials



Instagram

YouTube

Facebook

La generació Y i Z són les que busquen informació i decanten la balança en la tria final del destí

## 9.2. Senderista d'un sol dia

Com a resultat d'una creixent cerca d'una vida activa i saludable, en els darrers anys hi ha hagut un augment de les vacances i experiències relacionades amb un estil de vida actiu. En aquest context, hi ha cada cop un major nombre de persones que tenen interès per fer petites excursions d'un dia que alhora que els permet dur a terme una activitat física suau i conèixer l'entorn immediat.

A més, la conscienciació sobre la sostenibilitat ambiental, ha fet que cada cop més persones tinguin un interès real en conèixer l'entorn, ja sigui proper o més llunyà i, prendre consciència dels seus valors (naturals, paisatgístics, culturals...). Per altra banda, i en especial durant i després de la pandèmia de la COVID 19, hi ha hagut un creixement de la necessitat de trobar espais de desconexió i contacte amb la natura en vies a cercar un major equilibri personal.

Tot plegat fa que moltes persones vulguin incorporar aquest estil de vacances en les seves rutines setmanals i opten per fer petites excursions, habitualment els cap de setmana. Això els permet conèixer millor els paisatges propers, alhora que duen a terme una activitat física suau. Part d'aquests senderistes opten per pernoctar, però un segment molt important només fa una sortida d'un dia, sense pernoctar, ja que l'objectiu és fer una escapada de proximitat.

A Catalunya, on ja hi ha una tradició excursionista de més d'un segle, l'increment d'aquesta tipologia de visitant ha estat molt important, ja que ha entrat en joc la tradició excursionista amb la incorporació d'uns valors de vida activa i reconexió amb l'entorn.

El perfil d'excursionista d'un dia sol ser el de joves independents o bé adults actius amb o sense fills. Al ser escapades de proximitat, el senderista serà del propi territori, en el cas de Masquefa de Catalunya i principalment de Barcelona i la seva àrea metropolitana. Aquest perfil de visitant duu a terme l'activitat senderista generalment en parella, amb família (la parella i els fills) o amb grup d'amics. Són pràcticament inexistent els grups organitzats.

L'edat dels excursionistes és àmplia, tot i que predominen els que es troben en la franja dels 35 als 64 anys. És un perfil de persones en general amb professions qualificades, amb contractes indefinits i amb estudis superiors (universitaris o post obligatoris).

La cerca i inspiració de l'excursió/sortida a realitzar la duen a terme in situ, un cop ja són a la destinació o bé gràcies a les xarxes socials. Per altra banda, si l'excursió la volen dur a terme relativament a prop del seu lloc de residència habitual, l'elecció del lloc la faran des de casa, sovint al llarg de la setmana, per realitzar-la durant el cap de setmana.

Al ser sortides d'un dia, no requereixen d'un alt grau de planificació, això els permet que en el cas que sigui necessari reservar algun servei (guiatge per exemple), ho facin quan es prepara el viatge cap a la destinació o un cop in situ.

Per altra banda, si hi ha rutes similars al territori, l'excursionista d'un sol dia sol retornar per fer aquestes altres rutes.

Per decidir-se en fer una o altra excursió, el senderista d'un sol dia sol basar-se en les recomanacions que se'ls fa en la pròpia destinació o a través de les xarxes socials.

És un perfil de visitant independent, que rarament reservarà una activitat a través de intermediaris i no escollirà paquets. En general, l'activitat única que realitzarà serà l'excursió, que ell mateix s'organitzarà, consultant els tracks webs i App (en el cas del excursionista d'un sol dia de proximitat les més populars son Wikiloc i Natura Local)

És un perfil de visitant que, en el cas de destinacions massificades, contribueix a la desestacionalització i a la desconcentració.

No obstant això, la seva despesa en la destinació és poc elevada, ja que el seu objectiu principal no és consumir, sinó que és el de conèixer l'entorn i dur a terme una activitat física de baixa intensitat. Depenent de la durada de l'excursió poden fer un àpat en un restaurant (habitualment), essent aquesta la seva principal despesa. La despesa en activitats culturals és en canvi molt reduïda.

# Senderista d'un sol dia (excursionista)

**Nom:** Marta i Àlex

**Edat:** 36 i 40 anys

**Estat laboral:** Ella fisioterapeuta, ell professor d'institut.

**Família:** Viuen junts però no estan casats ni fills.



*"Ens agrada fer petites excursions per desconnectar del dia a dia"*

## Motivacions

Conèixer l'entorn proper

Estar en contacte amb la natura

Activitat física moderada

Relaxació i evasió

Realitzar activitat amb família o amics

Fer un àpat fora de casa

## Bio

A la Marta i l'Àlex els hi agrada conèixer el país i els paisatges de Catalunya. Els agrada tenir una vida activa sense fer esports de risc.

Donades les seves professions, entre setmana tenen poc temps per estar junts i socialitzar, per això aprofiten el cap de setmana per fer alguna sortida plegats per l'entorn i de vegades la fan amb amics.

Són conscients dels beneficis que els aporta el contacte amb la natura i per això l'incorporen durant el cap de setmana (encara que només sigui un dia) sense esperar a les vacances.

## Activitats



## Canals

Cerca possibles rutes a través de plataformes com Wikiloc o altres App. També es guia per recomanacions d'amics.

## Pressupost



## Xarxes Socials



Instagram



Facebook

Utilitza les xarxes socials però aquestes no són determinants per decidir el destí de l'excursió.

### 9.3. Sport Lovers per a esdeveniments esportius locals

La presa de consciència dels beneficis per a la salut d'una vida sana i activa, ha fet que cada cop sigui major el nombre de persones que practiquen un esport i que s'hi impliquen de manera compromesa, essent participants en competicions i esdeveniments esportius locals (EEL).

Els EEL són esdeveniments esportius menors amb més participants que espectadors, dirigits a atletes amateurs, celebrats anualment, amb un interès mediàtic baix, d'activitat econòmica limitada i que tenen una baixa inversió pública si ho comparem amb els grans esdeveniments esportius (Gibson et al., 2021). En general promouen la participació i interacció popular per sobre dels resultats competitius (Coleman i Ramachandani, 2010). Acostumen a aprofitar les infraestructures i recursos de què ja disposa el territori (Deron i Van Wynsberghe, 2015) i, majoritàriament, se celebren en espais naturals (Herrick, 2015). Habitualment estan coordinats per entitats sense ànim de lucre i gràcies a la tasca de voluntaris (Getz i Page, 2016). Malgrat ser de dimensions reduïdes requereixen d'un alt nivell d'implicació i cooperació per part dels *stakeholders* del territori (Mackellar, 2015).

Des de l'òptica del turisme, es considera que els EEL contribueixen a la promoció del turisme sostenible, tenen impacte econòmic, afavoreixen a desestacionalitzar el turisme i milloren la imatge de la destinació (Milovanovic et al., 2021; Kenelly, 2017; Fotiadis et al., 2016a; Baum et al., 2013; Gibson et al., 2012; Kaplanidou i Vogt, 2007; Higham, 1999).

Exemples EEL són les curses de trailrunning, les triatlons, les marxes cicloturístiques, les travessies en aigües obertes i altres proves relacionades amb l'aventura i l'espai natural (Kenelly, 2017).

El perfil d'esportista que participa en aquestes curses és principalment home (tot i que cada cop són més les dones que en prenen part), d'una edat mitjana a l'entorn dels 45 anys. Els participants són d'una àmplia franja d'edat (dels 16 als 65 anys), no obstant, els grups més nombrosos de participants tenen entre 35 i 60 anys. En general són persones laboralment actives, amb estudis universitaris o superiors i uns ingressos d'entre 20.000 i 29.000 €.

D'entre els participants a les curses, n'hi ha que hi van sols i d'altres acompanyats de la parella, la família o amics. En general, els esportistes que no va acompanyats tenen un perfil més competitiu i el seu objectiu principal és obtenir el millor resultat possible i fer una bona marca. Per tant, per a aquests, la característica de la cursa serà el més important. No obstant, tots els participants donen molta importància a les característiques de la pròpia cursa: qualitat del recorregut, la tradició de la prova, organització o el preu d'inscripció. En el cas però, dels esportistes que van acompanyats, aquests cerquen l'equilibri entre la prova esportiva i el lleure i valoren doncs, altres factors, com són les activitats paral·leles a l'esdeveniment, les opcions d'entreteniment i altres recursos de la destinació.

Per altra banda, és un perfil de persona que té una gran consciència de la cura per la seva salut física, però alhora volen que la pràctica de l'esport i la participació a un

esdeveniment esportiu concret sigui una ocasió per desconnectar, socialitzar i descobrir un nou territori de proximitat.

Al ser bons coneixedors de l'esport que practiquen, sempre tenen l'equipament necessari i, a més, porten *smartphones* i altres *wearables* (dispositius com un rellotge, una polsera o uns auriculars que es porten a sobre, sota o inclosos a la roba i que estan sempre encesos i monitoritzen aspectes de la nostra salut com el ritme cardíac o les hores que dormim).

L'opció de pernoctar sovint depèn de la distància de la cursa en relació al seu lloc de residència. Si la cursa es duu a terme en un lloc proper, optaran per anar-hi directament des de casa. Si la cursa està més allunyada, opten per pernoctar i llavors la qualitat del allotjament és un factor que tenen molt en compte per escollir la cursa. Donat que les curses habitualment comencen a primera hora del matí, els esportistes ja pernocten la nit abans de la cursa i, en alguns casos, aprofitaran per allargar l'estada a la destinació amb una nit més. Si van acompanyats és més probable que pernoctin ja que aprofitaran el cap de setmana per visitar l'entorn. Si el territori té un entorn natural i paisatgístic de qualitat, és més probable que optin per pernoctar.

Com que tenen cura de la seva salut, la gastronomia és per ells un element rellevant i, cercaran opcions de menjar saludable, de proximitat i amb productes de qualitat.

En general no prioritzen les visites culturals, ja que el focus el tenen posat en la competició i, en segon terme en la desconnexió i reconexió amb la natura. Per tant, com a activitat complementària prefereixen aquelles que impliquin un contacte amb la natura en comptes de visites culturals.

L'elecció de la competició normalment la fan per recomanació d'altres esportistes que ja han participat en aquella prova i també es guien per fòrums. Les reserves les duen a terme de manera independent a través dels seus *smartphones* o ordinadors.

# Sport Lovers per a esdeveniments

## Bio

En Karim és un noi de 39 anys que des d'en fa 10 practica el *trail running*. Un cop cada dos mesos participa en una cursa per tal de millorar la seva pròpia marca i viure l'ambient. En l'elecció de la cursa, es fixa en l'atractiu del recorregut i la seva tradició. Valora la bellesa paisatgística del recorregut així com les seves característiques tècniques. Aprofita l'ocasió per passar el cap de setmana fora de casa amb la seva parella, la Clara de 35 anys. Habitualment pernocten dues nits fora de casa. Un dels dies aprofiten per fer alguna activitat relaxant, de contacte amb la natura i el dia de la cursa es centren en aquesta.



*"Les curses són una ocasió per millorar la marca personal i viure l'ambient de la cursa"*

## Motivacions

Millorar la seva condició física

Socialitzar amb d'altres esportistes

Alimentació saludable

Descobrir llocs nous

Gaudir de la natura

Sostenibilitat

## A tenir en compte

- Busquen millorar la seva marca personal.
- Les característiques de la cursa són molt rellevants en la seva elecció.
- Tenen molta cura de la seva salut, amb l'alimentació i el benestar.
- Sempre tenen l'equipament necessari incloent *smartphones* i *wearables* d'última generació
- La part social i de l'ambient de la cursa és molt important
- Si van acompanyats busquen activitats alternatives

## Activitats



## Pressupost



## Hàbits de compra

- Efectuen les seves reserves mitjançant un *smartphone* o un ordinador.
- Tenen en compte l'opinió d'altres esportistes.
- Reserven de forma independent, sense intermediaris.

## **10. LÍNIES ESTRATÈGIQUES I PLA D'ACCIÓ**

Segons l'Organització Mundial de Turisme, el turisme pot ser clau per aconseguir els Objectius de Desenvolupament Sostenible marcats a l'Agenda 2030, ja que amb una bona planificació i dotació en recursos humans, infraestructura i tecnologia pot contribuir en els 17 objectius.

La sostenibilitat, en les seves tres dimensions (econòmica, mediambiental i social) és l'eix vertebrador sobre el que un destí ha de definir el seu desenvolupament turístic. Per tant, el pla d'acció de Masquefa té en compte la sostenibilitat en cada un dels projectes i la incorpora com a base del nou model turístic que es vol desenvolupar.

A continuació es presenten 4 projectes distribuïts en 4 línies estratègiques.

### **LÍNIA ESTRATÈGICA 1. MILLORA DELS EQUIPAMENTS I LA SENYALITZACIÓ**

Projecte 1. Modernització del CRARC

Projecte 2. Centre d'interpretació a l'aire lliure – turisme industrial

Projecte 3. Senyalització

Projecte 4. Espai cultural municipal amb concessió per activitats culturals nocturnes

Projecte 5. Espai d'Autocaravanes

### **LÍNIA ESTRATÈGICA 2. OFERTA I PRODUCTES TURÍSTICS**

Projecte 6. Producte local i gastronomia

Projecte 7. Turisme actiu i esportiu

Projecte 8. Turisme cultural

### **LÍNIA ESTRATÈGICA 3. MILLORA DE LA IMATGE I LA COMUNICACIÓ**

Projecte 9. CRARC com a pol turístic

Projecte 10. Alienació amb les estratègies supramunicipals

Projecte 11. Comunicació

### **LÍNIA ESTRATÈGICA 4. GOVERNANÇA I CAPACITACIÓ EMPRESARIAL**

Projecte 12. Enfortiment del lideratge i cogovernança

Projecte 13. Capacitació i formació empresarial

Projecte 14. Sistema d'indicadors i recollida de dades

## LÍNIA ESTRATÈGICA 1. MILLORA DELS EQUIPAMENTS I LA SENYALITZACIÓ

Les noves formes de fer turisme, els canvis en els estils vida i els nous gustos i preferències, fan imprescindible que els destins turístics s'adaptin i es modernitzin, donant resposta a les noves tendències i demandes. L'objectiu d'aquesta línia estratègica és el de crear nous equipaments i modernitzar els ja existents.

### Projecte 1. Modernització del CRARC

El CRARC és el principal recurs de Masquefa, amb la recuperació de fauna i la recerca científica com a nucli central de la seva acció. Malgrat ser un centre de recerca, la seva dimensió turística és innegable i, per això, és necessària una modernització de les seves instal·lacions, fent més acollidora la rebuda i visita dels turistes i apostant per la digitalització de les instal·lacions.

### Projecte 2. Centre d'interpretació a l'aire lliure – turisme industrial

La fàbrica Rogelio Rojo, a dia d'avui té un valor local i comarcal, però en el seu estat actual té poca capacitat d'atraure visitants. No obstant, té un important potencial i, amb la seva redefinició, podria atraure visitants de fora de la comarca. Les solucions tecnològiques aplicades en l'àmbit del turisme de que disposem avui en dia, ens permeten una millor interpretació dels recursos, al mateix temps que ofereixen una experiència més dinàmica per al visitant. En aquest projecte és planteja doncs una revalorització de la fàbrica Rogelio Rojo a partir de la implementació de tecnologies innovadores.

### Projecte 3. Senyalització

Per tal de posar en valor els recursos i equipaments d'un territori, és indispensable que aquests estiguin degudament senyalitzats. A Masquefa hi ha una manca de senyalització tant direccional com interpretativa, de manera que els visitants poden no percebre que es troben davant d'un recurs o equipament patrimonial. Aquest projecte vol dotar Masquefa de tota la senyalització necessària, per tal que el turista i visitant pugui percebre que es troba en una destinació turística i facilitar la seva visita a la vila.

### Projecte 4. Espai cultural municipal amb concessió per activitats culturals nocturnes

El potencial visitant de Masquefa és el de proximitat, és a dir, el públic català. Una tipologia de turista/visitant culturalment molt avesat a dur a terme activitat socioculturals a partir del vespre, tant entre setmana com el cap de setmana. Si Masquefa vol atraure el turista de proximitat, és necessari que ofereixi algun tipus d'opció ludicocultural en aquesta franja horària. Actualment Masquefa no ofereix activitats culturals regulars en la franja vespre-nit, no obstant, disposa de diversos espais municipals que es podrien utilitzar tant per a activitats culturals organitzades pel propi ajuntament, com per cedir-lo per a propostes culturals de la mà d'entitats, associacions o iniciatives privades.

### Projecte 5. Espai d'Autocaravanes

La manca d'allotjament de Masquefa, fa de la implementació d'un espai per autocaravanes, una bona opció per poder acollir turistes a la vila. A més, durant les curses de *trailrunning* que tenen lloc a la vila, s'ha identificat que alguns dels esportistes

s'allotgen en autocaravanes. Actualment l'ajuntament de Masquefa ja preveu adequar un espai d'autocaravanes, però si es vol treballar per al desenvolupament d'un turisme actiu i esportiu, serà necessari plantejar un segon espai per autocaravanes.

## LÍNIA ESTRATÈGICA 2. OFERTA I PRODUCTES TURÍSTICS

Per tal que un territori pugui acabar esdevenint un destí turístic atractiu, és necessari que a partir dels recursos i equipaments de que disposa, pugui acabar desenvolupant activitats complementaries que permetin la creació de productes turístics. Aquesta línia estratègica vol articular diversos recursos i elements de què disposa la vila de Masquefa, per acabar podent crear productes turístics.

### Projecte 6. Producte local i gastronomia

El turisme gastronòmic està posat en valor per un segment de turistes més ampli. La pressa de consciència de la importància de la qualitat dels productes i la valorització de la gastronomia com a element cultural i identitari d'un territori, fa que cada vegada siguin més persones les que valoren els productes locals i s'interessen per degustar receptes tradicionals en els seus viatges i escapades.

Masquefa no té un nombre de productors locals elevat, però sí té un conjunt de restaurants que podrien treballar i valoritzar els productes i receptes de la comarca. Per fer-ho possible, cal que els vincles entre productors, restauradors i població local siguin més forts i directes. Aquest projecte defineix algunes de les vies perquè hi hagi un major coneixement dels productes del territori per part de la població local i dels visitants.

### Projecte 7. Turisme actiu i esportiu

El turisme esportiu i actiu és un nínxol de mercat cada cop més important. La presa de consciència dels beneficis d'una vida activa, fa que cada cop siguin més les persones que incorporen la pràctica esportiva en el seu dia a dia i en les seves vacances. En aquest sentit, Masquefa, donada la seva infraestructura i suport organitzatiu, hi ha dues activitats potencials que valoritzant-les i reestructurant-les se'n poden derivar productes turístics: el cicloturisme i el *trailrunning*.

L'objectiu d'aquest projecte és el de dissenyar productes de cicloturisme i *trailrunning*, a partir de la infraestructura existent, la implementació de nous equipaments i la reestructuració dels esdeveniments esportius celebrats.

### Projecte 8. Turisme cultural

Masquefa el recursos culturals de Masquefa no tenen per si sols la capacitat d'atraure un gran nombre de visitants, però quan les visites guiades s'han dut a terme amb una activitat complementària, aquestes han gaudit d'un gran èxit. Aquest projecte busca dotar de complementarietats les visites al patrimoni de Masquefa, i reestructurar aquells esdeveniments culturals que ja es celebren, perquè puguin fer un salt d'escala i atraure l'interès de visitants més enllà de la comarca.

## LÍNIA ESTRATÈGICA 3. MILLORA DE LA IMATGE I LA COMUNICACIÓ

Per tal d'arribar als segments de turistes desitjats, cal transmetre una imatge acord amb la tipologia de turista que estem cercant. Aquesta línia estratègica cerca modernitzar la

imatge dels recursos de Masquefa, per tal d'adaptar-los a les tendències actuals en el turisme, basades en la digitalització i la sostenibilitat. Per altra banda, també es defineixen estratègies de comunicació, ja que si es dissenyen productes turístics innovadors, però no es donen a conèixer, mai arribaran al turista o visitant.

#### **Projecte 9. CRARC com a pol turístic**

El CRARC és l'equipament que té major capacitat d'atracció de visitants del municipi, essent l'únic recurs amb transcendència supramunicipal i un dels tops turístics de l'Anoia. El seu interès a nivell científic és evident, i per tant, pot rebre un perfil de visitant que, sense ser investigador, té un interès científic general. També atraure un tipus de visitant més especialitzat i amb un major coneixement científic, que tindrà un major interès en conèixer el detall de la recerca científica liderada pel CRARC. Actualment però no està atraient aquests segments de visitants. Aquest projecte presenta un seguit d'actuacions que han de permetre que el CRARC amplii la tipologia de públic potencial.

#### **Projecte 10. Alienació amb les estratègies supramunicipals**

En l'àmbit supramunicipal, hi ha diverses estructures de promoció turística i marques territorials on Masquefa s'ha d'integrar perquè contribuïran a posicionar-la en els mercats turístics. Per altra banda, Masquefa disposa d'un recurs d'abast territorial supramunicipal i d'interès internacional, com són les muntanyes de Montserrat, que ara per ara no ha estat prou treballat. També és necessari aprofitar la infraestructura turística supramunicipal, per poder crear productes turístics amb major atractiu. Aquest projecte proposa un seguit d'actuacions per poder aprofitar les sinèrgies positives de l'alienació amb les estratègies supramunicipals.

#### **Projecte 11. Comunicació i promoció**

La comunicació i promoció són igual d'importants que la creació de productes. Caldrà doncs realitzar diferents accions online i off-line per fer arribar tots els productes creats als mercats i al públic al que van dirigits, apart de continuar amb les accions de comunicació que ja s'estan duent a terme.

### **LÍNIA ESTRATÈGICA 4. GOVERNANÇA I CAPACITACIÓ EMPRESARIAL**

El turisme és un sector molt ampli, que implica a actors molts diversos tant de l'àmbit públic com privat. Per aquest motiu, és necessària una coordinació de tots els actors per treballar conjuntament en el desenvolupament turístic de Masquefa. Per altra banda, també és fonamental la capacitat i formació del sector provat en l'àmbit del turisme. Aquest element és d'especial rellevància en el cas de Masquefa per la falta de tradició de la vila en el sector del turisme.

#### **Projecte 12. Enfortiment del lideratge i cogovernança**

La governança turística es basa en la coordinació de tots els actors implicats en el turisme (públics i privats) per tal de crear un espai de relació que ajudi a la presa de decisions col·lectives, a l'establiment de sistemes de treball conjunt i al disseny de nous processos de gestió i desenvolupament del municipi.

#### **Projecte 13. Capacitació i formació empresarial**

La formació, l'assessorament i la dinamització empresarial han d'estar presents en aquest Pla de Desenvolupament turístic, ja que formen part d'un dels punts estratègics per a la capacitat dels empresaris i la seva competitivitat. Si les empreses turístiques compten amb aquest suport, es facilitarà la seva consolidació i serà un reclam per a l'atracció de noves empreses, que generaran ocupació al sector turístic i sectors associats

#### **Projecte 14. Sistema d'indicadors i recollida de dades**

Els indicadors i la recollida d'informació són la base sobre la qual es poden prendre les decisions futures i canviar el desenvolupament turístic actual d'una destinació o territori turístic. Els indicadors ens mostren com estan evolucionant les polítiques turístiques i si donen els resultats esperats o no. També és important veure l'impacte dels productes en l'activitat econòmica del territori: creació d'ocupació, presència en la programació d'operadors o plataformes de comercialització, etc.

## Línia estratègica 1. Millora dels equipaments i la senyalització

### Projecte 1. Modernització del CRARC

El CRARC és el principal recurs de Masquefa, amb la recuperació de fauna i la recerca científica com a nucli central de la seva acció. Tanmateix, és alhora un recurs turístic, ja que durant el cap de setmana rep la visita de nombrosos turistes familiars. Això no obstant, la vocació científica del centre ha fet que les seves instal·lacions i la gestió interna no estigui adaptada a les visites turístiques, restant-li atractiu, capacitat de projecció futura i en definitiva, l'ampliació a d'altres segments de visitants.

Malgrat ser un centre de recerca, la seva dimensió turística és innegable i, per això, és necessària una modernització de les seves instal·lacions, fent més acollidora la rebuda i visita. Cal tenir en compte a més, que és Punt d'Informació Turística de l'Anoia i, com a tal, ha de donar una bona primera imatge de la comarca. L'espai escollit per ser Punt d'Informació Turística ha de donar una imatge professional i moderna.

Una de les tendències actuals del turisme és la digitalització i, en aquest àmbit, el CRARC ha de fer una aposta clara tant en la seva gestió interna com en l'experiència que ofereix al turista o visitant. En aquets sentit, el CRARC hauria d'iniciar d'una banda, la digitalització de les seves instal·lacions per tal que l'experiència dels visitants sigui més dinàmica i interactiva. D'altra banda, la informatització de la compra i reserva d'entrades i, per últim, la gestió interna, per poder compaginar les tasques vinculades amb la recerca i les vinculades a l'acollida del visitant, alhora que s'obtenen indicadors que han de facilitar la gestió turística futura del centre.

#### Objectius específics

- Reformar les instal·lacions del CRARC, perquè projecti una imatge de modernitat i es pugui convertir en un recurs turístic de referència, més enllà de la seva tasca investigadora.
- Digitalitzar i informatitzar les instal·lacions i la gestió interna per tal d'oferir una experiència dinàmica als visitants i millorar la gestió futura del recurs.

#### Actuacions

- **Reformar les instal·lacions del CRARC.** Les instal·lacions del CRARC tenen 30 anys i s'haurien d'adaptar a les noves tendències.
  - Creació d'un espai d'acollida/recepció de visitants: l'espai on és més important dur a terme actuacions de reforma és en la recepció que permeti una millor rebuda dels visitants. Aquesta mateixa ha de ser el punt d'Informació Turística de l'Anoia, per tant, ha de poder oferir la informació de la comarca d'una manera ordenada i incorporant noves tecnologies. L'actual botiga també hauria de ser reformada, de manera que transmeti una imatge de modernitat. La primera imatge del visitant és essencial i el CRARC necessita modernitzar de manera integral el punt de recepció de visitants: millorar la il·luminació, posar una decoració adient, adaptar el mobiliari a un estil actual, etc).
  - Itinerari de visita: l'itinerari de visita està ben estructurat, essent una ruta circular que permet una bona gestió del nombre de visitants dins

les instal·lacions, amb tot però, cal també que sigui modernitzada. El recorregut és estret i els espais d'acollida d'animals també s'haurien de reformar. És convenient també, la substitució de la senyalització, per noves opcions que actualment es disposen. També s'hauria d'estudiar la millora de la il·luminació dels espais interiors, sempre respectant les necessitats de la fauna.

- **Incorporar tecnologia interactiva al llarg de la visita** per fer que aquesta sigui més dinàmica. Per exemple, instal·lació de pantalles que mostrin la vida dels animals del centre en els seus hàbitats naturals o el resultat d'alguna recerca científica de forma pedagògica. Actualment hi ha moltes empreses tecnològiques aplicant idees innovadores en recursos turístics de tot tipus.
- **Informatitzar la gestió interna del CRARC**, establint un mètode de recull de dades que permeti tenir indicadors i millorar la gestió.

### Resultats esperats

- Modernització de les instal·lacions del CRARC amb un espai d'acollida de visitants.
- Implementació de tecnologies innovadores per fer més dinàmica l'experiència turística dels visitants.
- Sistema de gestió informatitzada de les visites.
- Indicadors de visites.

### Àmbit d'actuació/Actors implicats

CRARC

Ajuntament de Masquefa

Empreses d'obres i reformes

Empreses d'aplicacions tecnològiques en l'àmbit del turisme

Consell Comarcal de l'Anoia

Diputació de Barcelona

Generalitat de Catalunya

### Identificació dels/de les destinataris/àries

Visitants/Turistes

Població Local

### Pressupost

- a) Reformar les instal·lacions del CRARC.
  - Creació d'un espai d'acollida/recepció de visitants.- pressupost a determinar. S'ha de comptar primer el projecte executiu de millora i posteriorment les obres per a la reforma.
  - Itinerari de visita.- pressupost a determinar. S'ha de comptar primer el projecte executiu de millora i posteriorment les obres per a la reforma.
- b) Incorporar tecnologia interactiva al llarg de la visita.- pressupost a determinar en funció de la tecnologia. Caldria primer un projecte executiu i proposta de continguts i posteriorment l'execució.

- c) Informatitzar la gestió interna del CRARC.- pressupost mínim de 10.000€ en funció del sistema de gestió de dades.
- d) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

### Possibles fonts de finançament

#### Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

#### Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament d'Empresa i Treball. Convocatòries del Servei d'Ocupació de Catalunya.
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

#### Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
- Fundación Biodiversidad (Ecosistemas terrestres diverses convocatòries)

#### Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, LIFE,...(en xarxa amb altres destinacions)

### Indicadors

- M<sup>2</sup> d'espais reformats
- Nombre d'espais de visita digitalitzats
- Nombre d'indicadors recollits
- Nombre de consultes ateses

### Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Reformar les instal·lacions del CRARC					
Incorporar tecnologia interactiva al llarg de la visita					
Informatitzar la gestió interna del CRARC					

### Prioritat

Reformar les instal·lacions del CRARC – Alta

Incorporar tecnologia interactiva al llarg de la visita - Mitjana

Informatització interna del CRARC - Alta

## Línia estratègica 1. Millora dels equipaments i la senyalització

### Projecte 2. Centre d'interpretació a l'aire lliure – turisme industrial

Masquefa disposa d'un recurs patrimonial com és la fàbrica Rogelio Rojo, de valor local i comarcal, però que actualment té poca capacitat d'atraure visitants. Té però, un important potencial i, amb la seva redefinició, podria atraure visitants de fora de la comarca. La presència de la fàbrica, per les seves dimensions i estructura arquitectònica, domina la vila i, arrel de la seva història, és entesa pels masquefins com un recurs important en la configuració de la seva identitat. No obstant això, actualment, és difícil apreciar la rellevància que ha tingut en la història de la vila i com ha participat de la Catalunya Industrial.

Amb tot, des de fa anys, les solucions tecnològiques aplicades en l'àmbit del turisme permeten una millor interpretació dels recursos, al mateix temps que oferir una experiència més dinàmica per al visitant.

La creació del Centre d'Interpretació de la Fàbrica Rogelio Rojo és un bon punt d'inici per, a partir d'aquí, dotar de contingut la visita a la fàbrica. La present proposta es basa en la tècnica de comunicació *transmedia storytelling* que, a través del joc i diversos mitjans i plataformes, transmet un relat oferint una experiència d'entreteniment unificada i coordinada, provocant així que els visitants assumeixin un rol interactiu.

#### Objectius específics

- Convertir la fàbrica Rogelio Rojo en un recurs turístic mitjançant l'ús de noves tecnologies i mètodes de comunicació aplicats al turisme.
- Donar un aprofitament turístic a l'espai exterior de la fàbrica.
- Millorar l'experiència del visitant.
- Convertir Masquefa en un destí de turisme industrial de la comarca.

#### Actuacions

- **Convertir l'espai exterior de la fàbrica en un centre d'interpretació a l'aire lliure mitjançant la realitat virtual i augmentada.** Un dels principals atractius de la visita d'una fàbrica és poder imaginar com era aquesta quan es trobava a ple rendiment. Gràcies a una de les aplicacions de la realitat virtual i augmentada en l'àmbit del turisme, això ara és possible, podent fer un viatge al passat dels elements observats. Es proposa doncs, que a partir d'una WebApp el visitant pugui visualitzar a través del seu mòbil com eren els diversos espais de la fàbrica a principis del segle XX. L'ús del mòbil en comptes de tablet o ulleres de realitat augmentada, facilita que el visitant sigui autònom en la visita, podent prescindir d'una persona responsable d'entregar material. Des de l'espai exterior de la fàbrica, es podrà visualitzar com era l'interior de la fàbrica i també el propi espai exterior. A més, podem aplicar aquesta tecnologia fora de la fàbrica, permetent-nos veure per exemple, el moment en que els treballadors anaven cap a la fàbrica o altres activitats complementaries que tenien lloc als entorns immediats.

- **Dissenyar una visita/ruta immersiva i gamificada a partir del centre d'interpretació a l'aire lliure.** Per tal de donar coherència a les visualitzacions amb realitat augmentada o virtual, s'haurà de dissenyar una ruta gamificada que, a partir d'un eix narratiu, permeti entendre el passat de la fàbrica. La ruta gamificada utilitzarà la mateixa WebApp i, a partir d'un seguit de proves, el visitant podrà conèixer el dia a dia de la fàbrica quan aquesta estava en ple rendiment. La ruta s'iniciarà en l'actual centre d'interpretació, per continuar en l'espai exterior -reconvertit en centre d'interpretació a l'aire lliure- i acabar en els carrers propers de la fàbrica. El disseny d'aquesta ruta/visita comporta un seguit d'actuacions complementaries:

- Definició del marc narratiu.
- Recollida i organització de la informació necessària per preparar els continguts (imatges, vídeos, reproduccions històriques...).
- Redacció dels guions dels relats, itineraris i proves per al joc gamificat.
- Disseny de l'arquitectura de la WebApp.
- Disseny dels continguts de la plataforma.

Per a la definició d'aquesta ruta, es pot valorar aprofitar el *storytelling* ja elaborat per la ruta gamificat desenvolupada per l'ajuntament, que té per objectiu donar a conèixer el conjunt de la vila de Masquefa. D'aquesta manera, la visita immersiva a la fàbrica Rogelio Rojo podria formar part d'una ruta gamificada més amplia.

### Resultats esperats

- Mínim 3 recursos patrimonials amb realitat augmentada o virtual.
- Mínim d'una ruta/visita gamificada a la Fàbrica Rogelio Rojo amb aplicació de realitat augmentada.

### Àmbit d'actuació/Actors implicats

CRARC

Ajuntament de Masquefa

Consell Comarcal de l'Anoia

Diputació de Barcelona

Generalitat de Catalunya

### Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local

Visitants/turistes

Empreses d'activitats i guiatge

Empreses d'aplicacions tecnològiques en l'àmbit del turisme

### Pressupost

- a) Centre d'interpretació a l'aire lliure.- a partir de 70.000€
- b) Ruta gamificada.- depèn del contingut i les aplicacions tecnològiques. A partir de 4.000€
- c) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

### Possibles fonts de finançament

Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
- Fundación Biodiversidad (Ecosistemas terrestres diverses convocatòries)

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, LIFE,...(en xarxa amb altres destinacions)

### Indicadors

- Nombre d'elements patrimonials i arquitectònics amb realitat augmentada
- Nombre de rutes gamificades
- Nombre d'usuaris a la webapp
- Nombre d'interaccions dels usuaris a la webapp

### Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Convertir l'espai exterior de la fàbrica en un centre d'interpretació a l'aire lliure mitjançant la realitat virtual i augmentada.					
Dissenyar una visita/ruta immersiva i gamificada a partir del centre d'interpretació a l'aire lliure.					

### Prioritat

Convertir l'espai exterior de la fàbrica en un centre d'interpretació a l'aire lliure mitjançant la realitat virtual i augmentada. – Mitjana

Dissenyar una visita/ruta immersiva gamificada a partir del centre d'interpretació a l'aire lliure. – Mitjana

## Línia estratègica 1. Millora dels equipaments i la senyalització

### Projecte 3. Senyalització

Un element cabdal per posar en valor els recursos i equipaments d'un territori és que aquests estiguin degudament senyalitzats. La senyalització permet localitzar un recurs o equipament, seguir una ruta i interpretar el patrimoni. Per tal d'identificar un territori com a destinació, cal que la senyalització implementada guardi coherència entre si i segueixi uns mateixos criteris. A Masquefa hi ha una manca de senyalització tant direccional com interpretativa, de manera que els visitants poden no percebre que es troben davant d'un recurs o equipament patrimonial. Al mateix temps, la manca d'aquest tipus d'infraestructura dificulta la futura creació de producte turístics.

#### Objectius específics

- Posar en valor els recursos del territori
- Millorar l'experiència del visitant
- Millorar el posicionament de Masquefa com a destí cultural i de *slow tourism*

#### Actuacions

- **Disseny, creació i instal·lació d'un plafó informatiu.** Per tal d'ubicar geogràficament el visitant i informar-lo dels recursos de Masquefa, una peça important és la instal·lació d'un panell informatiu. Les dimensions turístiques de Masquefa no fan necessària la creació d'una oficina de turisme, però sí en canvi serà útil que el visitant pugui informar-se de manera independent a través d'aquest plafó. Aquest plafó ha de contenir una síntesi dels recursos i equipaments de Masquefa, des dels recursos patrimonials als itineraris i rutes o equipaments esportius entre d'altres. Més enllà de la informació continguda, la simple presència del plafó informatiu ja contribueix a donar una dimensió turística al territori, fent entendre al visitant que hi ha recursos d'interès. La localització d'aquest plafó ha de ser en un punt d'obligat pas dels visitants, per exemple, a l'entrada del municipi o a la plaça del Centre Tecnològic Comunitari (CTC).
- **Estudi de senyalització direccional i interpretativa dels recursos patrimonials i dels equipaments municipals.** L'encàrrec d'un estudi de senyalització del patrimoni i dels equipaments, ha de permetre inventariar i determinar quins són els recursos pendents de senyalitzar i la conveniència de dur a terme tasques de manteniment en el cas que s'identifiquin senyals ja implementats. L'estudi ha d'incorporar la senyalització interpretativa que actualment està dissenyant l'ajuntament, en el marc de la ruta gamificada. Aquest estudi també ha d'identificar si existeix una senyalització temàtica supramunicipal que sigui necessària utilitzar. A Catalunya, la Direcció General de Turisme ha publicat un manual de senyalització interurbana dels recursos turístic [ENLLAÇ](#). També la Diputació de Barcelona disposa d'un manual de senyalització dels recursos i itineraris en l'àmbit rural [ENLLAÇ](#). Caldrà que l'estudi indiqui els criteris a seguir per a la senyalització patrimonial.

- **Estudi de la senyalització direccional i interpretativa dels itineraris i rutes de senderisme i cicloturisme (amb coherència amb la senyalització supramunicipal).** Masquefa té senyalitzades algunes de les seves rutes amb la normativa recomanada per la Diputació de Barcelona (per exemple, el camí Ral). Amb tot, al projecte 7 del present Pla d'Actuacions, es proposa la creació de noves rutes de senderisme i cicloturisme que hauran de ser tingudes en compte per a senyalitzar-les. L'estudi també haurà d'inventariar l'estat de manteniment de la senyalització actual i la conveniència o no d'instal·lar-ne de nova en determinats punts. Per altra banda, ha de tenir en compte si existeixen a la comarca rutes o itineraris amb una senyalització pròpia que s'hagi d'utilitzar.
- **Execució de la senyalització interpretativa i direccional dels recursos i equipaments del municipi.** A partir de l'estudi prèviament elaborat, s'han de senyalitzar físicament els recursos i equipaments que s'han considerat prioritaris. S'aplicarà el disseny determinat en l'estudi tant per a la senyalització direccional com la interpretativa.
- **Execució de la senyalització direccional dels itineraris clicables i senders.** En base a l'estudi prèviament elaborat, es senyalitzaran les noves rutes dissenyades. Anualment s'elaborarà un informe de manteniment de senyals on s'indicaran els que cal substituir.

#### Resultats esperats

- Mínim un plafó informatiu instal·lat.
- La senyalització dels recursos patrimonials i equipaments municipals rellevants.
- La senyalització de les noves rutes ciclables i senderistes.
- Informe anual sobre les activitats de manteniment de la senyalització.
- Reposició dels senyals identificats al informe de manteniment de la senyalització.

#### Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa  
 Consell Comarcal de l'Anoia  
 Diputació de Barcelona  
 Generalitat de Catalunya

#### Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local  
 Visitants/turistes  
 Empreses d'activitats i guiatge

#### Pressupost

- a) Disseny, creació i instal·lació d'un panell informatiu.- Pressupost aproximat 8.000€
- b) Estudi de senyalització recursos patrimonials.- Pressupost aproximat 14.900€
- c) Estudi de senyalització noves rutes senderisme i cicloturisme.- Pressupost a determinar en funció de les noves rutes.
- d) Execució senyalització recursos patrimonials. Pressupost a determinar en funció de les noves rutes i del projecte executiu.

- e) Execució senyalització dels itineraris ciclables i senders. Pressupost a determinar en funció de les noves rutes i del projecte executiu.
- f) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

### Possibles fonts de finançament

Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
- Fundación Biodiversidad (Ecosistemas terrestres diverses convocatòries)

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, LIFE,...(en xarxa amb altres destinacions)

### Indicadors

- Nombre de plafons informatius
- Nombre de recursos senyalitzats
- Nombre d'equipaments senyalitzats
- Nombre de senyals direccionals instal·lats
- Nombre de noves rutes ciclables i a peu senyalitzades
- Kms de rutes ciclables i a peu senyalitzades
- Nombre d'informes de manteniment
- Nombre de senyals reparades o canviades

### Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Instal·lació d'un plafó informatiu					
Estudi de senyalització direccional i interpretativa dels recursos patrimonials i dels equipaments municipals					
Estudi de la senyalització direccional i interpretativa dels itineraris i rutes de senderisme i cicloturisme					
Projecte d'execució de la senyalització interpretativa i direccional dels recursos i equipaments del municipi					
Projecte d'execució de la senyalització direccional dels itineraris clicables i senders					

Prioritat

Instal·lació d'un plafó informatiu – Alta

Estudi de senyalització direccional i interpretativa dels recursos patrimonials i dels equipaments municipals – Mitjana

Estudi de la senyalització direccional i interpretativa dels itineraris i rutes de senderisme i cicloturisme - Mitjana

Projecte d'execució de la senyalització interpretativa i direccional dels recursos i equipaments del municipi - Mitjana

Projecte d'execució de la senyalització direccional dels itineraris ciclables i senders – Mitjana

## Línia estratègica 1. Millora dels equipaments i la senyalització

### Projecte 4. Espai cultural municipal amb concessió per activitats culturals nocturnes

Una de les mancances detectades en la elaboració de la diagnosi del present Pla de Desenvolupament Turístic és la falta d'activitats culturals nocturnes, per exemple concerts de música en viu, obres de teatre, espectacles de monòlegs, espectacles de dansa etc...

La manca d'aquestes activitats culturals regulars en horari de vespre-nit, fa que potencials visitants que vindrien a sopar i fer una activitat complementària nocturna, prefereixen escollir altres destins on sí hi ha una oferta cultural en aquesta franja horària. Això repercuteix negativament en el sector de la restauració, que durant el servei de la nit, veu reduït el nombre de clients.

El potencial visitant de Masquefa és el de proximitat, és a dir, el públic català. Una tipologia de turista/visitant culturalment molt avesat a dur a terme activitat socioculturals a partir del vespre, tant entre setmana com el cap de setmana. Així doncs, si Masquefa vol atraure el turista de proximitat, és necessari que ofereixi algun tipus d'opció ludicocultural en aquesta franja horària.

Masquefa disposa de diversos espais municipals que es podrien utilitzar tant per a activitats culturals organitzades pel propi ajuntament, com per cedir-lo per a propostes culturals de la mà d'entitats, associacions o iniciatives privades.

#### Objectius específics

- Dinamitzar la vila en la franja horària del vespre nit.
- Ampliar l'oferta cultural.
- Dinamitzar el sector de la restauració.

#### Actuacions

- **Inventari dels espais municipals no ocupats que siguin adequats per a celebrar activitats culturals.** Inventari dels espais municipals buits i disponibles per poder dur a terme activitats culturals nocturnes i també diürnes, i definició de quines tipologies de propostes es poden dur a terme a cadascun dels espais.
- **Projecte de viabilitat** d'aquest espai que tingui en compte tant l'adequació de l'espai i per tant les d'obres i els equipaments necessaris, com la viabilitat econòmica amb l'objectiu d'una posterior concessió municipal a un privat.

#### Resultats esperats

- Un inventari dels espais municipals buits susceptibles d'acollir activitats culturals.
- Un projecte de viabilitat tècnica i econòmica.

#### Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa

### Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local

Turistes/visitants

Artistes

Empreses de l'àmbit de la cultura

### Pressupost

- a) Projecte de viabilitat.- 14.900€
- b) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

### Possibles fonts de finançament

Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament d'Empresa i Treball. Convocatòries del Servei d'Ocupació de Catalunya.
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, ..(en xarxa amb altres destinacions)

### Indicadors

- Nombre d'espais municipals aptes per acollir un espai cultural
- Nombre d'activitats culturals nocturnes celebrades

### Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Inventari dels espais municipals adequats per a celebrar activitats culturals nocturnes					
Projecte de viabilitat tècnica i econòmica					

### Prioritat

Inventari dels espais municipals adequats per a celebrar activitats culturals nocturnes -  
Baixa

Definició de la tipologia d'activitats que es volen celebrar en els espais municipals –  
Baixa

## Línia estratègica 1. Millora dels equipaments i la senyalització

### Projecte 5. Espai d'Autocaravanes

L'ajuntament de Masquefa té la voluntat d'adequar un espai per autocaravanes. Aquest projecte és important que es dugui a terme, ja que s'ha identificat que durant les curses de *trailrunning*, hi ha esportistes que s'allotgen en les seves autocaravanes. És un element essencial per altra banda, perquè Masquefa no disposa d'allotjament. En canvi sí pot allotjar turistes que es desplacin amb el seu propi allotjament (com són les caravanes). Tenir la capacitat d'acollir autocaravanes contribueix a mitigar el handicap de la manca d'allotjament turístic que pateix Masquefa.

Aquest espai esdevé encara més necessari si s'acaba desenvolupant el projecte 7 de turisme esportiu del present Pla Local de Turisme, perquè una part del turistes actius esportius es desplacen en autocaravana.

L'espai a priori escollit per l'Ajuntament de Masquefa es considera adequat, oferint vistes a les muntanyes de Montserrat i posant així en valor un dels recursos de que disposa. A més, es situa en un espai a esqueses del nucli urbà i encarat a la natura, molt adient per cobrir les expectatives de contacte amb la natura que solen cercar aquesta tipologia d'usuaris. No obstant és un espai reduït i, si es vol fer una aposta real cap aquest segment de mercat, seria valorable la selecció d'un segon espai.

#### Objectius específics

- Adequar un espai per autocaravanes per tal d'acollir els turistes que viatgen en autocaravanes i mitigar el handicap de la manca d'allotjament turístic.

#### Actuacions

- **Selecció definitiva de l'espai i valoració d'un segon espai.** L'ajuntament ja ha escollit un espai per l'aparcament d'autocaravanes. És un espai reduït si Masquefa es posiciona en aquest tipus de turisme. Podria ser convenient valorar la selecció d'un segon espai, per poder acollir un nombre més elevat d'autocaravanes.
- **Redacció del projecte d'obres i de viabilitat.** En aquest, a banda s'haurà de determinar quins serveis s'ofereixen (llum i aigua) i el tipus d'arranjament que si vol fer: aplanament del terreny, asfaltat, espai naturalitzat etc, així com els serveis que es volen oferir: llum, aigua, connexió wifi etc. També caldrà definir la viabilitat, per exemple, si es cobra per l'estacionament, com es cobra, entre altres aspectes.
- **Execució de les obres i senyalització.** L'adequació de l'espai s'haurà de dur a terme segons allò establert en el projecte d'obres. Un cop s'engegui el projecte de implantació d'un espai d'autocaravanes, aquest s'haurà d'incloure com a equipament a senyalitzar dins el projecte 3 del present Pla d'Actuacions.

## Resultats esperats

- Un projecte executiu obres
- Un projecte de viabilitat
- Adequació d'un espai d'autocaravanes amb un mínim de 6 places

## Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa

Empreses d'arranjament i obres

## Identificació dels/de les destinataris/àries

Turistes/visitants

Població local

Empreses de serveis turístics

## Pressupost

- a) Projecte executiu d'obres.- a partir de 15.000€
- b) Obres i senyalització – en funció del projecte executiu
- c) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

## Possibles fonts de finançament

Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER,..(en xarxa amb altres destinacions)

## Indicadors

- Nombre d'espais per a autocaravanes adequats
- Nombres de places per a autocaravanes

## Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Selecció definitiva de l'espai i valoració d'un segon espai					
Redacció del projecte d'obres					
Execució de les obres					
Senyalització de l'espai					

### Prioritat

Selecció definitiva de l'espai i valoració d'un segon espai – Mitjana

Redacció del projecte d'obres - Alta

Execució de les obres - Alta

Senyalització de l'espai – Mitjana

## Línia estratègica 2. Oferta i productes turístics

### Projecte 6. Producte local i gastronomia

El turisme gastronòmic està en continu creixement des de fa ja més d'una dècada i, cada cop es valora més per un segment de visitants més ampli. La presa de consciència de la importància de la qualitat dels productes i la valorització de la gastronomia com a element cultural i identitari d'un territori, fa que cada vegada siguin més persones les que valoren els productes locals i s'interessin per degustar receptes tradicionals en els seus viatges i escapades.

Catalunya és un destí ben posicionat dins l'àmbit del turisme gastronòmic a nivell internacional i el propi turisme de proximitat, també aprecia els productes i gastronomia del nostre territori. Des de l'Agència Catalana de Turisme, el turisme gastronòmic és un segment prioritari, i per tant, és interessant que Masquefa hi participi. En aquest sentit, la comarca de l'Anoia gaudeix d'una rica gastronomia on hi conflueixen tradicions culinàries de la Catalunya interior i la litoral, essent un mostrari excel·lent del saber fer culinari de Catalunya. Aquest fet li dona un tret distintiu a la gastronomia anoienca. En aquest sentit, malgrat que la vila de Masquefa no té un nombre de productors locals elevat, sí té un conjunt de restaurants que podrien treballar i valoritzar els productes i receptes de la comarca. Per fer-ho possible, cal que els vincles entre productors, restauradors i població local siguin més forts i directes. Això es tradueix en un major coneixement dels productes del territori per part de la població local i dels visitants.

Menció a part mereix l'enoturisme, el qual ha crescut exponencialment en els darrers anys, no només entre els especialistes en vins, sinó també entre el conjunt de la població que vol fer una activitat diferent en les seves vacances. Masquefa té un únic celler actiu, però de gran renom, un paisatge de vinyes preservat i una tradició vitivinícola encara present en la memòria local. Tots aquests elements, cal vehicular-los per donar-los-hi valor. Una via possible és vincular el paisatge del vi i els cellers, amb rutes temàtiques de senderisme o cicloturisme d'àmbit municipal o supramunicipal.

#### Objectius específics

- Recuperar les receptes tradicionals de la comarca i el municipis
- Potenciar els productes locals a través de les rutes guiades de proximitat
- Afavorir el creixement econòmic a través de la promoció dels productes locals.
- Millorar el posicionament de Masquefa com a destí cultural i de *slow tourism*

#### Actuacions

- **Promoció de la cuina antiga i el producte local.** Masquefa i l'Anoia tenen una tradició culinària de llarga història, representativa de la Catalunya interior i litoral. És necessari però, donar-la a conèixer més enllà de les seves fronteres. Per fer-ho possible, la primera acció és l'inventari de productes, productors i elaboradors locals. A partir d'aquí, és convenient elaborar un

catàleg d'aquests productes, per tal que els restauradors del municipi i de la comarca els coneguin i els utilitzin en les seves receptes. Com a Masquefa hi han pocs productors locals, per tal d'amplificar la repercussió de l'acció, seria interessant també inventariar les receptes antigues en tant que són el llegat del saber fer culinari de la vila. Per aquest inventari, s'hauria de comptar amb la col·laboració de la gent gran de Masquefa, contribuint així a la cohesió i identitat masquefina. Aquestes receptes seria bo que s'inclouguessin en el catàleg de producte local, per tal de facilitar que els restauradors les incorporin en les seves cartes.

- **Fomentar el producte local en els espais municipals.** En els locals cedits per l'Ajuntament i en els esdeveniments locals gestionats directament per l'Ajuntament, s'hauria de prioritzar la compra a productors locals o en establiments que tinguin producte local.
- **Replantejar la Festa del raïm i fira de tastets.** La Festa del raïm i la fira de tastets és un bon punt de partida per a la promoció enogastronòmica de Masquefa, no obstant, fins al present, la seva repercussió ha sigut local. Seria convenient dotar-la de més contingut per atraure visitants de fora del municipi i la comarca, i allargar la seva durada perquè pugui dinamitzar el municipi durant més dies. El replantejament de la festa suposaria convertir-la en unes "Jornades del Raïm", on la festa del raïm i la fira de tastets serien un acte més dels diversos que es durien a terme. Per això, es podria celebrar durant dos caps de setmana seguits i, els dies entre setmana, dissenyar una activitat relacionada amb el raïm (per exemple, que els comerços tinguin exposat vi dels cellers de la comarca als seus aparadors). La idea és reconvertir-la en una setmana temàtica relacionada amb el vi i la gastronomia, lligant-la a una campanya gastronòmica (els restauradors podrien fer un menú temàtic). Per tal de dotar-la de més contingut, els productors de la comarca podrien disposar d'una parada on exposen, venen i ofereixen tastos i demostracions dels processos d'elaboració. D'aquesta manera, Masquefa es convertiria durant 9 dies en el centre enogastronòmic de l'Anoia.
- **Accions de Networking entre restauradors i productors locals.** Per fer possible que els restauradors treballin amb productes locals, és necessari que coneguin els productors del municipi i els entorns. Alhora, aquesta coneixença mútua facilitarà als productors ampliar els seus canals de comercialització. Per aquest motiu, seria interessant programar anualment unes jornades de networking on productors i restauradors es poguessin conèixer i generar sinèrgies.

### Resultats esperats

- Identificació d'un mínim de 5 productes i/o productors de Masquefa.
- Identificació d'un mínim de 5 receptes tradicionals elaborades a la vila.
- Incorporació dels productes i receptes als menús i cartes dels restaurants de la vila.
- Incorporació dels productes locals en els espais i esdeveniments gestionats per l'Ajuntament.

- Edició d'1 catàleg de productes, elaboradors locals i receptes antigues.
- Mínim 2 caps de setmana de durada de la Festa del Raïm i fira de tastets (reanomenada "Jornades del Raïm").
- Augment de públic a la "Festa del Raïm".
- Augment de la participació dels productors i elaboradors de l'Anoia a la "Festa del Raïm".
- Una jornada anual de networking entre restauradors i productors locals.

#### Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa

#### Identificació dels/de les destinataris/àries

Productors i elaboradors de la comarca

Restauradors de Masquefa

Visitants/Turistes

Gent gran de Masquefa

Població local

#### Pressupost

- a) Promoció de la cuina antiga i el producte local.- 14.900€
- b) Fomentar el producte local en els espais municipals.- a determinar
- c) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

#### Possibles fonts de finançament

Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament d'Empresa i Treball. Convocatòries del Servei d'Ocupació de Catalunya.
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
- Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consell Comarcal i/o amb altres destinacions.

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER,...(en xarxa amb altres destinacions)

## Indicadors

- Nombre de productes inventariats
- Nombre de productors identificats
- Nombre de receptes inventariades
- Nombre de receptes antigues incorporades en les cartes dels restaurants de Masquefa.
- Nombre d'espais municipals que utilitzen els productes locals.
- Nombre d'esdeveniments locals que utilitzen els productes locals.
- Nombre de productors i elaboradors de la comarca que participen a les Jornades del Raïm.
- Nombre d'activitats desenvolupades en al marc de les "Jornades del Raïm".
- Nombre de Networkings celebrats.
- Nombre de participants al Networking.

## Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Promoció de la cuina antiga i el producte local					
Fomentar el producte local en els espais municipals					
Replantejar la Festa del Raïm i fira de tastets					
Accions de Networking entre restauradors i productors locals.					

## Prioritat

Promoció de la cuina antiga i el producte local – Alta

Fomentar el producte local en els espais municipals - Alta

Replantejar la Festa del raïm i fira de tastets – Mitjana

Accions de Networking entre restauradors i productors locals - Baixa

## Línia estratègica 2. Oferta i productes turístics

### Projecte 7. Turisme actiu i esportiu

El turisme esportiu i actiu és un nínxol de mercat cada cop més important. La presa de consciència dels beneficis d'una vida activa, fa que cada cop siguin més les persones que incorporen la pràctica esportiva en el seu dia a dia i en les seves vacances. El turisme actiu amb una vessant esportiva és molt divers, i distingim aquell turista que duu a terme una pràctica esportiva suau i sense dificultat, del que vol dur a terme una pràctica amb més dificultat i fins i tot competir. En aquest sentit, Masquefa, donada la seva infraestructura i suport organitzatiu, hi ha dues activitats potencials que valoritzant-les i reestructurant-les se'n poden derivar productes turístics: el cicloturisme i el *trailrunning*.

El cicloturisme és una activitat cada cop més estesa que es pot practicar en vies verdes de llarga distància, però també en vies de curt recorregut. En el cas de Masquefa, el potencial producte que en un futur pot oferir, són les excursions en bicicleta, és a dir, passejos d'aproximadament 3 hores que s'iniciarien des de Masquefa mateix. Es pot venir a fer les rutes durant tot l'any si les condicions meteorològiques són òptimes, afavorint així la creació d'empreses vinculades al cicloturisme i facilitant la creació de llocs de treball. Cal tenir en compte, que les *e-bikes* han fet incrementar el nombre de persones que practiquen el cicloturisme. El cicloturista a més, és un perfil de visitant que, en general, cuida la seva pròpia salut. Això fa que al cicloturisme s'hi pugui vehicular la promoció de productes locals. Per altra banda, els beneficis econòmics del turisme de bicicleta es poden amplificar puntualment, amb l'organització de curses locals que posin Masquefa en el mapa de curses ciclistes (BTT, enduro, gravel, cicloturisme etc).

Pel que fa al *trailrunning* (córrer a l'aire lliure) els esportistes amateurs i professionals entrenen en general a les proximitats dels seus llocs de residència. Però a nivell turístic és un esport amb una gran capacitat d'atraure visitants a través de la celebració de curses. En aquest sentit, Masquefa ja organitza la cursa de les Tres Fonts amb molt d'èxit i bones valoracions, però cal dotar-la d'una visió turística perquè pugui revertir en un benefici econòmic per la vila.

#### Objectius específics

- Crear la infraestructura necessària per desenvolupar el cicloturisme i el senderisme (creació/arranjament de vies, senyalització).
- Captar un turista/visitant que doni valor a l'entorn.
- Donar suport a la creació de productes vinculats al cicloturisme i als Esdeveniments Esportius Locals.
- Incentivar l'emprenedoria en l'àmbit del turisme actiu i esportiu.
- Generar ocupació i riquesa local vinculada al turisme
- Posar Masquefa en el mapa dels Esdeveniments Esportius Locals.

#### Actuacions

- **Definir una ruta de senderisme i/o cicloturisme amb els productes i productors com a fil conductor.** Per tal de donar a conèixer els productes

locals entre els visitants i, aprofitant l'inventari de producte local dut a terme en el projecte 6, és interessant senyalitzar una ruta als entorns del municipi que passi a prop dels productors locals, per incentivar que aquests, en un futur, puguin realitzar visites com a activitat complementària. Així també, les rutes haurien de creuar espais rurals que permetin veure com les activitats agrícoles i ramaderes han estat un motor transformador de la configuració del paisatge. Aquestes rutes haurien de ser autoguiades, de manera que al llarg del recorregut, el fil conductor del guiatge siguin els productes locals, el seu arrelament amb la terra i amb la configuració del paisatge masquefí. Aquesta ruta i els productors propers hauran d'estar georeferenciats, per tal que els futurs usuaris de la ruta se'n puguin descarregar el *track*. Un cop dissenyada la ruta serà necessari donar-la a conèixer entre els possibles operadors que la puguin programar i entre els potencials turistes. Un mecanisme de promoció és la col·laboració en *Fam Trips* i *Press Trips* organitzats pel Consell Comarcal de l'Anoia, la Diputació de Barcelona o l'Agència catalana de Turisme.

- **Masquefa: hub comarcal del e-bike.** La localització geogràfica de Masquefa, a l'entrada de la comarca de l'Anoia des de l'àrea metropolitana de Barcelona, és una oportunitat per ser el punt d'inici de rutes amb *e-bike* cap a l'interior de la comarca. Perquè això sigui possible, és necessari instal·lar aparcaments per a bicicletes en punts estratègics del municipi com són el CRARC, els complexos esportius municipals i en les estacions de tren. Aquest darrer punt és de rellevància donat que podria donar peu a la creació de rutes ciclables intermodals. A banda dels aparcaments, és indispensable que hi hagi punts de recàrrega elèctrica així com estacions de reparació de bicicleta. Aquesta actuació s'acompanyarà de la definida en el projecte 3, d'instal·lació de plafons informatius que hauran d'incloure les rutes clicables de Masquefa (o amb inici a Masquefa).
- **Organització i revalorització d'esdeveniments esportius locals (EEL).** Per potenciar i promocionar les rutes cicloturístiques, la nova infraestructura per als ciclistes i les vies ja existents, és indispensable dur-hi a terme esdeveniments amb capacitat d'atracció de visitants i certa repercussió mediàtica en àmbit supramunicipal. En aquest sentit, seria convenient que l'itinerari del E-bike Day de l'Anoia passés per Masquefa en les properes edicions. Organitzats per *E-bike Tours*, els *E-bike Days* es celebren un cop l'any en diverses comarques de Catalunya i, tenen per objectiu, dur a terme una ruta en bicicleta de forma no competitiva, alhora que es coneix el paisatge i la gastronomia de l'entorn. L'Anoia va ser la comarca pionera en la organització dels *E-bikes Days*, i es fa necessari que la comarca i al seu torn Masquefa, recuperin el protagonisme que van tenir als seus inicis.  
Per altra banda, Masquefa ja organitza amb èxit la Trail de les Tres Fonts, que atrau centenars de visitants al municipi. Aquesta cursa ha de ser una ocasió per promoure el producte local de Masquefa. Mitjançant la presència de parades de productors locals en l'avituallament d'arribada, els esportistes i acompanyants de fora de la vila, podran degustar els productes de la zona. No menys important és aprofitar aquests Esdeveniments Esportius Locals per repartir material promocional de la destinació Masquefa.

## Resultats esperats

- Mínim una ruta autoguiada amb el producte local i el paisatge com a fil conductor.
- 1 PressTrip per donar a conèixer la ruta cicloturista amb bloggers enogastronòmics o esportius.
- 1 Fam Trip a agències de viatge receptives catalanes per promocionar la nova ruta cicloturística.
- Mínim un producte de cicloturisme amb E-Bike.
- Pas del E-bike Day Anoia per Masquefa.
- Redisseny de la Trail de Les Tres Fonts perquè participi de la promoció del producte local.

## Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa  
Consell Comarcal de l'Anoia  
Diputació de Barcelona  
Club Ciclista Masquefa  
Masquefa Trail

## Identificació dels/de les destinataris/àries

Turistes/visitants  
Esportistes  
Emprenedors locals i comarcals  
Població local  
Agències de viatge  
Operadors turístics  
Empreses de serveis turístics

## Pressupost

- a) Ruta de senderisme i/o cicloturisme amb els productors i productes com a fil conductor.- entre 5.000€ i 10.000€ en funció dels quilòmetres de ruta.
- b) Masquefa: hub comarcal del e-bike.- pressupost a determinar
- c) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

## Possibles fonts de finançament

Diputació de Barcelona  
- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, LIFE,...(en xarxa amb altres destinacions)

#### Indicadors

- Nombre de camins inventariats.
- Nombre de productes cicloturístics.
- Nombre d'aparcament per a bicicletes i punts de recàrrega elèctrica.
- Nombre d'EEL i productors locals que hi col·laboren.
- Nombre de rutes autoguiades (senderista o cicloturista) amb el producte local i el paisatge com a fil conductor.
- Nombre de km de la ruta.

#### Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Ruta cicloturística del producte local que connecti el poble amb el seu entorn i els seus productors.					
Masquefa: <i>hub</i> comarcal del <i>E-bike</i> .					
Organització i revalorització d'esdeveniments esportius locals.					

#### Prioritat

Ruta cicloturística del producte local que connecti el poble amb el seu entorn i els seus productors – Alta

Masquefa: *hub* comarcal del *E-bike* - Alta

Organització i revalorització d'Esdeveniments Esportius Locals - Mitjana

## Línia estratègica 2. Oferta i productes turístics

### Projecte 8. Turisme cultural

Masquefa, en el darrer any, ha dissenyat tres visites al Patrimoni Cultural pensades per a ser dutes a terme de la mà d'un guia local (concretament de l'empresa Anovia Patrimoni). Són la ruta al centre de la Vila, la visita a la fàbrica Rogelio Rojo i la visita a l'església de Sant Pere i la Santa Creu. Aquestes visites, fins al moment, no han tingut la capacitat d'atraure un nombre rellevant de visitants de fora la vila. Excepcionalment, han estat més exitoses quan s'han dut a terme amb una activitat complementària com va ser el cas de la visita a l'església de Sant Pere i la Santa Creu amb música en directe.

Això ve a demostrar que en alguns casos, el patrimoni per si sol, no té la capacitat d'atraure visitants, però quan ve acompanyat d'un al·licient complementari, llavors la proposta resulta exitosa. Per tant, es fa necessari el replantejament de les visites, vinculant-les a d'altres elements de la vila i dotant-les d'un fil conductor que permeti crear rutes.

Si bé Masquefa no disposa de un patrimoni cultural de transcendència supralocal, sí celebra un gran nombre d'esdeveniments puntuals de caire cultural. Alguns d'ells ja són molt exitosos i tenen capacitat present o futura d'atraure visitants. Amb tot, és difícil per als no masquefins poder saber quan i on es celebren, ja que no hi ha una agenda que aglutini tots aquests actes.

#### Objectius específics

- Dotar de valor afegit i reestructurar les visites actuals gràcies a la implementació de noves tecnologies i la vinculació amb el territori.
- Re-convertir algunes de les visites en rutes perquè aquestes tinguin major contingut i siguin un futur producte turístic.
- Estructurar i difondre la informació sobre les activitats culturals que es celebren al llarg de l'any.

#### Actuacions

- **Crear rutes autoguiades i guiades al patrimoni de la vila.** Les actuals visites al centre de la vila i l'església de Sant Pere i la Santa Creu s'haurien d'unificar per dissenyar una ruta en comptes de dues visites individualitzades. La història de la vila i de l'església de Sant Pere i la Santa Creu estan estretament vinculades i no s'entenen una sense l'altre. Per aquest motiu, haurien de ser una visita única i, en conseqüència, esdevindria una ruta amb major contingut i interès. El baix nombre de visitants comptabilitzat fins a dia d'avui, fa que sigui més rendible en termes econòmics plantejar la guia en forma d'autoguiatge (amb llibret de ruta o App). Això farà que el cost-benefici de la realització de la ruta sempre sigui positiu, ja que no s'haurà de finançar el cost del guiatge. Actualment l'ajuntament està treballant en una ruta gamificada que pot jugar el rol d'una ruta autoguiada. Cal que aquesta ruta gamificada incorpori tots els recursos més rellevants de Masquefa, per tal de

dotar-la de major contingut. Per altra banda, com a instrument de reclam i de projecció a l'exterior, trimestralment es pot fer la ruta amb guiatge presencial però complementant-la amb un incentiu més. Els dos incentius que, en general, resulten exitosos com a activitat complementaria, són les degustacions i mostres dels processos d'elaboració del productes locals i les propostes de música en viu:

- Ruta amb tast de vins
- Ruta amb degustació de recepta tradicional
- Ruta amb concert de música en viu

Vinculant la ruta al producte local i la gastronomia, estarem en consonància amb el projecte 6, contribuint de nou a convertir Masquefa en un referent de la gastronomia anoienca. Per altra banda, la música en directe d'artistes locals és sempre un reclam. Actualment hi ha una revalorització de la música en viu, ja sigui en forma de concert o de festival. En la seva escala, el tàndem patrimoni amb música en directe es pot convertir en una activitat destacada de l'agenda cultural de Masquefa, amb capacitat d'atraure nous visitants.

- **Crear l'Agenda Cultural de Masquefa.** Totes les activitats culturals de Masquefa han de quedar recollides en una agenda anual que es vagi actualitzant. Aquesta agenda online ha d'estar disponible a la web Mira Masquefa i la web de l'Ajuntament i difondre-la a través de les xarxes socials.

#### Resultats esperats

- 1 Ruta autoguiada a la vila de Masquefa i l'església de Sant Pau i la Santa Creu.
- Un mínim d'una ruta guiada trimestral amb degustació de productes locals i/o música en viu.
- Mínim de 5 activitats mensuals en l'agenda cultural de Masquefa.

#### Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa  
Consell Comarcal de l'Anoia  
Diputació de Barcelona

#### Identificació dels/de les destinataris/àries

Turistes/visitants  
Població local  
Empreses de serveis turístics  
Empreses d'activitats i guiatge  
Productors locals  
Artistes locals

#### Pressupost

- d) Crear rutes autoguiades i guides al patrimoni de la vila.- pressupost a determinar
- e) Crear l'agenda cultural de Masquefa.-
  - Recursos Humans per la recollida d'informació i creació de continguts.
  - Disseny de l'agenda online.- 3.000€ aproximadament
- f) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

## Possibles fonts de finançament

### Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

### Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

### Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.

### Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, (en xarxa amb altres destinacions)

## Indicadors

- Nombre de rutes autoguiades al patrimoni de Masquefa.
- Nombre de rutes amb activitat complementària.
- Nombre d'activitats i esdeveniments mensuals de l'agenda cultural.
- Nombre de participants a les rutes guiades.

## Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Crear rutes autoguiades i guiades al patrimoni de la vila					
Crear l'Agenda Cultural de Masquefa					

## Prioritat

Crear rutes autoguiades i guiades al patrimoni de la vila - Mitjana

Crear l'Agenda Cultural de Masquefa – Mitjana

## Línia estratègica 3. Millora de la imatge i la comunicació

### Projecte 9. CRARC com a pol turístic

El CRARC és l'equipament que té major capacitat d'atracció de visitants del municipi, essent l'únic recurs amb transcendència supramunicipal i un dels tops turístics de l'Anoia. El seu interès a nivell científic és evident i per tant, pot rebre un perfil de visitant que, sense ser investigador, té un interès científic general. És un públic que sol estar interessat en àmplies temàtiques de la cultura en general i en conseqüència, també en el coneixement de la fauna. Pot també atraure un tipus de visitant més especialitzat i amb un major coneixement científic, que tindrà un major interès en conèixer el detall de la recerca científica liderada pel CRARC. Les dues tipologies de visitants poden revertir beneficiosament a la vila.

A dia d'avui però, el públic principal del CRARC són les escoles, el qual no reverteix en un benefici econòmic al conjunt del municipi. L'altre públic que té és el familiar durant el cap de setmana. És necessari però, que el CRARC amplii la tipologia de públic potencial, en especial durant el cap de setmana on encara té capacitat de creixement. Ampliar la tipologia de potencials visitants revertirà en el dinamisme econòmic del conjunt del municipi. Per això, cal una obertura del CRARC cap a la societat del segle XXI, digitalitzada, dinàmica i canviant.

#### Objectius específics

- Modernitzar la imatge online del CRARC.
- Potenciar el fet de ser un centre de recerca únic en el seu àmbit d'estudi dins Catalunya.
- Millorar l'experiència turística del turista cultural amb interès per la ciència.
- Aliar-se amb altres centres de recerca del territori català (o més enllà), per crear xarxa i amplificar el seu àmbit d'influència.
- Esdevenir un punt de referència de l'àmbit català sobre el turisme científic.

#### Actuacions

- **Desenvolupar dues branques de treball: la científica i la turística.** El CRARC té el seu origen en la recerca científica, no obstant, ha acabat esdevenint també un recurs turístic de la comarca. Tanmateix aquestes dues vessants no estan ben separades. Actualment, l'equip de treball està format per tècnics mediambientals, però no hi ha tècnics per a la gestió turística de l'equipament. Cal doncs que es creïn dos equips de treball amb els corresponents professionals de l'àrea per treballar coordinadament els dos àmbits d'actuació i poder crear un pla d'actuació anual científic i un altre de caire més turístic.
- **Modernitzar la imatge online del CRARC.**
  - Modernitzar la web del CRARC tant en estètica, com en contingut, diferenciant la secció científica (investigació) amb la de turisme.

Incloure també una secció del Punt d'informació turística de l'Anoia. Dissenyar-la com a mínim amb quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès).

- Professionalitzar les xarxes socials del CRARC amb la contractació d'un/a *Community Manager*. Els posts també hauran de ser en diversos idiomes.
- **Compra d'entrades online en la web:** En la modernització de la web, cal que s'incorpori un motor de compres d'entrades online, que facilitarà la visita de nous turistes i alhora, tenir un major control del nombre de visitants.
- **Potenciar l'àrea científica amb la creació d'una càtedra a Masquefa i fent xarxa amb altres centres de recuperació de fauna.** En l'àmbit de la recerca, les col·laboracions i el treball en xarxa són indispensables per a poder créixer. Per tal d'institucionalitzar aquestes col·laboracions i poder projectar-les a l'exterior, seria una bona iniciativa la creació d'una càtedra relacionada amb l'estudi dels amfibis i rèptils. Tenint en compte que és l'únic centre de recuperació de fauna d'aquest tipus, la càtedra convertiria Masquefa en un *hub* de creació de coneixement dels amfibis i rèptils. Això atraurà científics que visitaran el CRARC per un interès purament científic en el marc de les seves tasques professionals.
- **Celebració de jornades de turisme científic.** La capacitat de creixement del CRARC en nombre de visitants és limitada. Amb tot, durant el cap de setmana, encara pot rebre turistes familiars interessats en l'àmbit científic. Seria interessant celebrar bianualment jornades tècniques sobre turisme científic familiar, convidant experts en aquest àmbit. L'objectiu no serà tractar temàtiques científiques, sinó portar experts en l'àmbit del turisme científic que exposin, per exemple, quins mecanismes existeixen per atraure aquest tipus de visitants. A tall d'exemple, es podrien portar experts del CosmoCaixa i de la fundació Andalus de turisme científic DESQBRE [ENLLAC](#). L'objectiu d'aquestes jornades serà el de projectar la imatge de Masquefa com a punt de referència del turisme científic. Una primera jornada es podria anomenar "Turisme científic per a famílies" i una segona "Innovacions tecnològiques en el turisme científic". Les jornades poden ser d'un dia, i poden utilitzar altres equipaments del municipi per tal de donar cabuda a un major nombre de persones. D'aquesta manera, també es donaran a conèixer altres espais del municipi.

### Resultats esperats

- 1 Pla d'actuacions anual pel desenvolupament d'accions a nivell científic i 1 pla d'actuacions anual a nivell turístic
- Creació de dos equips de treball del CRARC (científic i turístic) coordinats entre sí.
- 1 nova pàgina web amb motor de compra online.
- 1 càtedra d'estudi d'amfibis i rèptils.
- 1 jornada bianual sobre turisme científic.

### Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa

Consell Comarcal de l'Anoia  
Diputació de Barcelona  
Centres de Recuperació de Fauna  
Universitats

### Identificació dels/de les destinataris/àries

Turistes/visitants  
Investigadors  
Població local  
Tècnics en turisme  
Tècnics en comunicació digital  
Tècnics en Medi Ambient i biologia

### Pressupost

- a) Desenvolupar dues branques de treball: la científica i la turística.- Recursos Humans ajuntament i CRARC
  - Modernitzar la imatge online del CRARC
  - Redisseny de la web i incorporació motor de reserves online.- màxim 14.900€ + el manteniment anual
- b) Comunity Manager.- 500€/mensuals per totes les xarxes
- c) Creació d'una càtedra.- Recursos Humans Ajuntament
- d) Celebració de jornades de turisme científic.- al voltant dels 15.000€ per jornada d'un dia
- e) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

### Possibles fonts de finançament

Diputació Barcelona:

- Catàleg de serveis de la Diputació de Barcelona, en matèria de turisme.
- Diputació de Barcelona. Recursos d'altres Departaments

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament de Presidència (fons FEDER).
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
- Programa "Destino Turístico Inteligente" i altres convocatòries vinculades a la transició energètica.

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes LIFE
- Programes Horizon

### Indicadors

- Nombre d'actuacions del Pla d'Actuacions Científic.
- Nombre d'actuacions del Pla d'Actuacions Turístic.
- Nombre de visites a la nova pàgina web.
- Nombre de visualitzacions de les publicacions a les xarxes socials.
- % d'augment de seguidors a les xarxes socials.
- Nombre de col·laboracions amb universitats, centres de recerca i altres centres de recuperació de fauna.
- Una càtedra creada.
- Nombre d'assistents a les jornades de turisme científic.
- Nombre de ponents a les jornades de turisme científic.
- Valoració de les jornades.

### Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Desenvolupar dues branques de treball: la científica i la turística					
Modernitzar la imatge online					
Compra d'entrades online en la web					
Potenciar l'àrea científica amb la creació d'una càtedra a Masquefa i fent xarxa amb altres centres de recuperació de fauna					
Celebració de jornades de turisme científic					

### Prioritat

Desenvolupar dues branques de treball: la científica i la turística – Mitjana

Modernitzar la imatge virtual online - Alta

Compra d'entrades online en la web - Alta

Potenciar l'àrea científica amb la creació d'una càtedra a Masquefa i fent xarxa amb altres centres de recuperació de fauna – Baixa

Celebració de jornades de turisme científic – Baixa

### Línia estratègica 3. Millora de la imatge i la comunicació

#### Projecte 10. Alineació amb les estratègies supramunicipals

En l'àmbit supramunicipal, hi ha diverses estructures de promoció turística i marques territorials on Masquefa s'ha d'integrar perquè contribuïran a posicionar-la en els mercats turístics. Per altra banda, Masquefa disposa d'un recurs d'abast territorial supramunicipal i d'interès internacional, com són les muntanyes de Montserrat, que ara per ara no ha estat prou treballat.

També és necessari aprofitar la infraestructura turística supramunicipal, per poder crear productes turístics amb major atractiu. Les rutes que ofereix Masquefa, seria convenient donar-hi un enfocament supramunicipal i vehicular-les al turisme *e-bike* i el *slow tourism*. En ambdós casos, es cerca conèixer el territori de manera sostenible i amb respecte vers els modes de vida locals. L'oferta de Masquefa és limitada i cal unir-la a la del entorn immediat per tal d'oferir major varietat paisatgística i de recursos patrimonials. Per les característiques de Masquefa, això només es pot aconseguir amb la col·laboració a escala comarcal.

Masquefa ha de millorar el seu posicionament turístic en el conjunt de l'Anoia. Des de la comarca s'està apostant per diversos segments turístics, entre ells, el *Slow Tourism* i la *Ebike*. Això suposa una oportunitat per a Masquefa, ja que disposa de recursos que encaixen en aquesta tipologia de turisme. Masquefa també forma part de la DO Penedès, el que representa també una oportunitat en la promoció del enoturisme a la vila.

#### Objectius específics

- Integrar Masquefa a les marques territorials supramunicipals que estiguin emprant incitaves de promoció turística.
- Aprofitar els recursos territorials compartits amb d'altres territoris per crear una imatge conjunta.

#### Actuacions

- **Marca de Territori "Les Valls de l'Anoia"**. Des del Consell Comarcal de l'Anoia s'ha estat treballant per impulsar la marca territorial i destí turístic "Les Valls de l'Anoia", que engloba tots els municipis que tenen el riu Anoia com a comú denominador. Es va elaborar un Pla Estratègic de Turisme que definia quina havia de ser la línia de treball i Pla d'Accions per posicionar aquesta futurible marca territorial, durant el període 2019 – 2023. En el Pla Estratègic, es constata la necessitat de dissenyar activitats complementaries, que dotin de valor els recursos del territori i permetin crear producte per fer més atractiva la destinació, ja que els recursos territorials per si sols no tenen prou capacitat d'atracció. Així doncs, és un Pla Estratègic que treballa en el mateix sentit que entenem que ho ha de fer Masquefa, creant producte de *slow tourism* i actiu, amb el valor afegit de que es compta amb els recursos de 8 municipis i una marca basada en un element estructurador del territori com és el riu Anoia. No sembla a dia d'avui que el treball vers la destinació "Les Valls de l'Anoia, s'hagi treballat en

profunditat. Seria convenient que els municipis implicats i el Consell Comarcal reprenguessin la iniciativa del treball en comú.

- **Integrar-se en la promoció turística de la DO Penedès.** Els cellers de Masquefa formen part de la DO Penedès, una marca territorial molt reconeguda tant per la qualitat del vi com per la bellesa del seu paisatge. La DO Penedès disposa d'una àrea dedicada al enoturisme, però la seva gestió està delegada al Consorci de Promoció Turística del Penedès. Amb tot, malgrat ser part de la DO, Masquefa i l'Anoia no formen part del consorci, perdent així la oportunitat de posicionar-se turísticament dins la Destinació Penedès Turisme. El Consorci participa activament en les marques Enoturisme Catalunya de l'ACT, Cicloturisme Catalunya de l'ACT, Cercle de turisme de la Diputació de Barcelona, la Barcelona Convention Bureau i a Rutas del Vino de España. El fet que Masquefa no en formi part, li fa perdre posicionament en aquests diversos àmbits. És necessari treballar per superar les barreres que estan dificultant la integració al Consorci de Promoció Turística del Penedès.
- **Posicionar-se com a destí de Turisme Industrial.** La fàbrica Rogelio Rojo, és un símbol del passat industrial de la vila, però no s'ha donat a conèixer més enllà de l'escala local. A nivell català, existeix la Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya, la XATIC, que integra els municipis amb patrimoni industrial que s'hi volen adherir i recursos patrimonials industrials de forma individual. Malgrat disposar de patrimoni industrial, Masquefa no en forma part. La XATIC promociona els recursos patrimonials adherits a la seva xarxa, tant les visites regulars com els esdeveniments puntuals. Per tant, és adient la integració en la XATIC per tal de donar una major visibilitat al patrimoni industrial de la vila. Masquefa reuneix els criteris necessaris per integrar-se a la XATIC. Aquesta actuació serà fonamental quan s'hagi realitzat la proposta de visita amb Realitat Augmentada a la fàbrica Rogelio Rojo, per tal de promocionar-la.
  - Per altra banda, Anoia Turisme promociona un conjunt d'espais industrials de la comarca, entre els quals no hi ha la fàbrica Rogelio Rojo. Cal informar-se a través d'Anoia Turisme sobre els seus criteris i, a partir d'aquí, adaptar el recurs.
- **Integrar-se en el Parc Rural de Montserrat.** Montserrat és un recurs patrimonial de gran rellevància a Catalunya, que atrau no només turistes locals sinó també internacionals. És el que anomenaríem un *Must-See*. La peculiaritat del seus relleus i la simbologia que ha tingut en la construcció de la identitat catalana, fa que milers de persones vulguin visitar-les. A més, part important del seu valor rau en el *skyline* que configura i, per aquest motiu, els municipis que permeten visualitzar-les des de certa distància disposen d'un recurs d'alt valor. Amb tot, l'any 2018 es va constituir el Parc Rural de Montserrat, el qual té una vocació de gestió rural i agrària però que no deixa de banda la promoció de productes turístics en el territori. Entre els setze municipis que integren aquest territori, no hi figura Masquefa, malgrat tenir vistes privilegiades de les muntanyes. Seria beneficiós que Masquefa sol·licités a la Diputació de Barcelona la integració al Parc Rural de Montserrat. Aquest és un territori ampli de les comarques de l'Anoia, el Bages i el Baix Llobregat, que permet estructurar una

oferta d'activitats complementaries molt diversa i amb un fort potencial, per tant, és interessant que Masquefa en formi part.

- **Slow tourism i e-bike Masquefa.** L'Anoia com a comarca, s'està posicionant com a destí Slow Tourism, essent una de les regions escollides com a zona pilot, dins el programa Med Pearls. No obstant això, la manca de productes turístics d'aquesta tipologia a Masquefa, fa que no es tingui en compte en els productes turístics que s'hi han desenvolupat. Seria convenient que Masquefa s'integri en la estratègia de *slow tourism* de l'Anoia i, per això, cal que ofereixi productes turístics que hi encaixin. Els projectes de la línia estratègica 2 estan dissenyats per a poder fer partícip Masquefa de la destinació Anoia *Slow Tourism* (producte local, cicloturisme, *trail* i turisme cultural). En relació al turisme *e-bike*, la integració de la promoció dins l'Anoia és fonamental, ja que la infraestructura ciclable de la vila és reduïda en quilometres per a estructurar una ampla oferta cicloturística. Però desenvolupant el projecte 7, Masquefa es pot convertir en una peça indispensable per a l'Anoia com a destí cicloturístic. Cal doncs, que Masquefa sigui un actor actiu de les iniciatives que es proposin des d'Anoia Turisme en aquestes dues línies estratègiques.
- **Ampliar els punts d'informació turística.** A dia d'avui, Masquefa només disposa dels Punt d'Informació Turística (PIT) de l'Anoia del CRARC i de l'Ecofriendly House. Tanmateix, si es vol donar una major dimensió turística a la vila, cal que els PIT siguin més presents i accessibles al llarg del territori. Un altre punt d'informació adequat seria al Centre Tecnològic Comunitari, punt cèntric i de pas per a la població. Per tant, seria beneficiós que el CTC sol·licités a la Diputació de Barcelona l'acreditació com a PIT.

### Resultats esperats

- Integració de Masquefa dins el Consorci de Promoció Turística del Penedès.
- Adhesió de Masquefa dins la XATIC.
- Promoció del patrimoni industrial de Masquefa dins Anoia Turisme.
- Posicionament de Masquefa com a destí de *Slow Tourism* i *e-Bike* en el context territorial de l'Anoia.
- Implementació de les accions definides en el Pla Estratègic de Turisme de les Valls de l'Anoia.
- Ampliació dels PIT.

### Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa

Consell Comarcal de l'Anoia

Anoia Turisme

Diputació de Barcelona

DO Penedès

Consorci per a la Promoció Turística del Penedès

Municipis de l'entorn de Montserrat

### Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local

Turistes

Empreses d'activitats i guiatge  
Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)  
Productors locals

### Pressupost

- a) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les diferents activitats.

### Possibles fonts de finançament

Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament d'Empresa i Treball. Convocatòries del Servei d'Ocupació de Catalunya.
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)
- Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (convocatòries programes millora del medi ambient i entorn rural;...).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
- Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consell Comarcal i/o amb altres destinacions.

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, ,...(en xarxa amb altres destinacions)

### Indicadors

- Integració en el Consorci de Promoció Turística del Penedès.
- Adhesió a la XATIC.
- Promoció de la Fabrica Rogelio Rojo dins Anoia Turisme.
- Nombre de productes de *Slow Tourism* supramunicipals.
- Nombre de productes de *e-bike* supramunicipals.
- Nombre d'Accions del Pla Estratègic de Turisme de les Valls de l'Anoia implementades.
- Accions realitzades per impulsar la Marca Territorial "Muntanyes de Montserrat".
- Nombre de punts d'informació Turística de l'Anoia.

## Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Integrar-se en la promoció turística de la DO Penedès					
Posicionar-se com a destí de Turisme Industrial					
Marca de Territori “Les Valls de l’Anoia”					
Marca de Territori “Muntanyes de Montserrat”					
Slow tourism i e-bike Masquefa					
Ampliar els punts d’informació turística					

### Prioritat

Integrar-se en la promoció turística de la DO Penedès – Mitjana

Posicionar-se com a destí de Turisme Industrial - Mitjana

Marca de Territori “Les Valls de l’Anoia” - Mitjana

Marca de Territori “Muntanyes de Montserrat” – Mitjana

*Slow tourism* i *e-bike* Masquefa – Alta

Ampliar els punts d’informació turística - Mitjana

## Línia estratègica 3. Millora de la imatge i la comunicació

### Projecte 11. Comunicació i promoció

La comunicació i promoció són igual d'importants que la creació de productes. Si es tenen productes innovadors, sostenibles i de qualitat però no es donen a conèixer, mai arribarà al turista. En aquest sentit, caldrà realitzar diferents accions per fer arribar tots els productes creats als mercats i al públic al que van dirigits, apart de continuar amb les accions de comunicació que ja s'estan duent a terme. És important segmentar bé on es realitzen les accions, quin material es porta a les fires o quins operadors es van a buscar, ja que en funció de la tipologia de productes, seran diferents.

La comunicació on-line és imprescindible per a qualsevol destí turístic. Aquesta comunicació no només es centra en les xarxes socials o mailing, sinó que inclou també plataformes webs, apps o eines digitals que estan presents durant el cicle de vida de l'experiència turística, és a dir, des de la conceptualització i inspiració fins a la gestió de les reserves o el post-viatge.

#### Objectius específics

- Posicionar Masquefa com a destí turístic d'escapada de proximitat.

#### Actuacions

- **Planificació i realització d'accions de promoció on-line:**
  - Replantejament de la web Mira Masquefa. L'Ajuntament de Masquefa ha creat la web de Turisme de Masquefa "Mira Masquefa". Aquest és un primer pas per disposar d'una plataforma de promoció turística. Amb tot, dins la web hi ha contingut no turístic que desdibuixa el propòsit de promoure turísticament la vila. S'ha de reformular per tal que a la web hi trobem informació sobre els recursos de Masquefa i dels entorns immediats, així com dels productes turístics que es creïn d'ara en endavant. És important ressaltar que Masquefa no es pot limitar únicament a la promoció dels productes turístics locals, sinó que també ha de promoure l'entorn i aquells productes que comparteixi amb el conjunt de la comarca. Seria interessant que la web tingués un apartat de "què fer" on es presentessin els futurs productes turístics (per exemple, el centre d'Interpretació a l'aire lliure de la fàbrica Rogelio Rojo).
  - Gestió de les xarxes socials. La web Mira Masquefa no té associada directament xarxes socials de promoció turística, sinó que l'usuari és redirigit a les xarxes socials de l'ajuntament. Cal doncs la creació de xarxes socials (prioritàriament Instagram), vinculades a la web Mira Masquefa, amb contingut exclusivament de promoció de la destinació. Les xarxes han de ser mantingudes per un professional en la comunicació digital, amb publicacions periòdiques programades. La bona gestió de les xarxes socials és imprescindible per mantenir els turistes/visitants informats.

- Fer un seguiment de la reputació on-line de Masquefa en els diferents canals i portals.
- **Planificació i realització de promocions off-line:**
  - Realització de campanyes de promoció per emfatitzar en el concepte de destinació de *Slow Tourism*, *e-bikes tourism* i turisme científic. És important realitzar campanyes de promoció pròpies del municipi, però també ser partícip de les impulsades pel Consell Comarcal de l'Anoia, la Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme.
  - Assistència a fires de la mà del Consell Comarcal de l'Anoia, la Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme. Existeixen moltes fires especialitzades on Masquefa hi pot ser present, però sempre sota el paraigua d'una entitat supramunicipal, com a peça d'una destinació turística més àmplia i diversa. Més enllà de la promoció de la destinació, les fires són una ocasió per conèixer de primera mà operadors i agents turístics. Masquefa cal que treballi prèviament la creació de producte i fomenti la emprenedoria turística, per tal de comptar amb professionals del sector que puguin oferir productes turístics de Masquefa a les fires.
  - Conjuntament amb el Consell Comarcal de l'Anoia, la Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme, participar en els diferents workshops que es planifiquin.
  - Col·laborar amb el Consell Comarcal de l'Anoia, la Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme en la participació i organització de Fam Trips i Press Trips, tant de promoció del territori com de productes especialitzats.
- **Creació d'un banc d'imatges i vídeos de qualitat.** Ha de ser divers i tenir en compte les tipologies de productes i segments de mercat als què ens volem dirigir, que serveixin per a la comunicació i promoció del municipi.

### Resultats esperats

- Nova estructura de la Web Mira Masquefa.
- Mínim una xarxa social exclusivament turística.
- Realització d'un mínim de 4 campanyes de promoció periòdiques de segments turístics especialitzats (1 per trimestre).
- Mínim 1 Fam Trip anual amb operadors catalans, en col·laboració amb òrgans supramunicipals.
- Mínim 1 Press Trip anual amb bloggers i periodistes, en col·laboració amb òrgans supramunicipals.
- Assistència a 1 fira nacional/internacional, dins un òrgan de promoció supramunicipal.
- 1 banc d'imatges i de vídeos amb un mínim de 50 fotografies i 20 vídeos.

### Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa

Consell Comarcal de l'Anoia  
Diputació de Barcelona  
Agència Catalana de Turisme

### Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local  
Visitants/turistes  
Empreses d'activitats i guiatge  
Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)  
Comerç  
Agències de viatge  
Entitats i associacions

### Pressupost

- b) Replantejament de la web Mira Masquefa.- pressupost a determinar
- c) Gestió de les xarxes socials i reputació online.- 500€/mensuals
- d) Realització de campanyes de promoció.- pressupost a determinar
- e) Fires, workshops i accions de relacions públiques.- Recursos Humans interns
- f) Banc d'imatges i vídeos.- 6.000€
- g) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

### Possibles fonts de finançament

Diputació de Barcelona  
- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament de Presidència i d'Economia i Hisenda (fons FEDER)

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
- Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
- Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consell Comarcal i/o amb altres destinacions.

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, LIFE,...(en xarxa amb altres destinacions)

### Indicadors

- Nombre de vistes a la web.
- Nombre de posts generats.
- Nombre de Press Trips co-organitzats.
- Nombre de Fam Trips co-organitzats.
- Nombre de fires en que s'ha assistit.

- Nombre d'operadors turístics entrevistats a les fires.
- Nombre d'imatges de qualitat disponibles per a actuacions de promoció.
- Nombre de vídeos de qualitat disponibles per a actuacions de promoció.

### Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Planificació i realització d'accions de promoció on-line					
Planificació i realització d'accions de promoció off-line					
Creació d'un banc d'imatges i vídeos, de qualitat					

### Prioritat

Planificació i realització d'accions de promoció on-line – Mitjana

Planificació i realització d'accions de promoció off-line - Mitjana

Creació d'un banc d'imatges i vídeos, de qualitat – Mitjana

## Línia estratègica 4. Governança i capacitació empresarial

### Projecte 12. Enfortiment del lideratge i cogovernança

La governança turística es basa en la coordinació de tots els actors implicats en el turisme (públics i privats) per tal de crear un espai de relació que ajudi a la presa de decisions col·lectives, a l'establiment de sistemes de treball conjunt i al disseny de nous processos de gestió i desenvolupament del municipi.

És important millorar la comunicació i col·laboració entre les diferents àrees de l'ajuntament i també amb les entitats i empreses que conformen la xarxa d'agents socials i econòmics del municipi.

#### Objectius específics

- Enfortir i millorar el lideratge de turisme
- Crear un grup motor de turisme
- Motivar i generar sinergies entre l'empresariat
- Implicar els agents turístics, tant públics com privats, en un procés de treball en xarxa.

#### Actuacions

- **Creació del grup motor de turisme.** Per poder desenvolupar nous productes i promoció turística, es necessita implicació i voluntat del teixit empresarial. Es proposa la creació d'un "Grup Motor de Turisme" per consensuar les accions que es volen realitzar cada any amb el sector privat. No es tracta només d'explicar quines accions es plantegen anualment, sinó incorporar idees i accions aportades des del sector privat. Aquest grup es podria reunir tres vegades l'any: la primera per aprovar accions i pressupost, la segona de seguiment i la tercera d'avaluació i tancament de l'any.  
Aquest grup podria estar format per: CRARC, els allotjaments turístics, els cellers, 1 representant del sector restauració, 1 representant del sector comerç, 1 empresa de guiatge o d'activitats que programi a Masquefa (encara que no estigui ubicada al municipi).
- **Enfortir l'àrea de turisme i cultura.** El desenvolupament del pla de desenvolupament turístic implica més volum de feina. Actualment, la tècnica de turisme també ho és d'altres àrees, per tant es proposa reforçar l'equip actual amb la contractació d'una persona o d'un servei extern que faci el seguiment de les actuacions relacionades amb turisme i organització d'esdeveniments. A més, és important que aquesta persona o servei extern tingui una comunicació fluïda amb les altres àrees de l'ajuntament que també poden ser complementàries amb turisme, com comerç, promoció econòmica, medi ambient, entre d'altres.
- **Mantenir i reforçar la col·laboració amb entitats públiques i privades,** relació amb la resta d'entitats de gestió i promoció: altres municipis, comarca, Diputació de Barcelona, ACT, per actuar coordinadament en temes de promoció i comercialització, així com per la recerca de finançament i d'enllaç amb els agents privats del municipi.

- **Recerca de finançament.** El nou Marc Financer Plurianual 2021-2027, els fons Next Generation de suport al turisme després de la crisi sanitària de la COVID-19, així com les diferents convocatòries de les administracions estatal, autonòmica, provincial i comarcal són una oportunitat per la recerca de finançament, sigui mitjançant ajudes específiques pel sector turístic, com en d'altres. Aquesta actuació té com a objectiu la recerca de finançament, tant a través d'ajudes i subvencions per tirar endavant petites actuacions, com el disseny de projectes d'un àmbit més ampli (participació en projectes europeus, entre d'altres) i amb més recursos que permetin l'execució d'activitats més complexes.
  - Identificar i actualitzar programes d'ajuts per dur a terme les diferents accions plantejades (subvencions Next Generation i dels programes MFP 2021-2027 a nivell europeu, així com subvencions a nivell estatal, autonòmic, provincial i comarcal).
  - Gestionar la presentació de projectes en diferents convocatòries de programes nacionals i internacionals, de forma individual o amb altres entitats.
  - Identificar els projectes supramunicipals per poder participar-hi, tant de manera directa com indirecta.

#### Resultats esperats

- Incorporació d'un nou/va tècnic/a o contractació d'un servei extern.
- Reestructuració de tasques i responsabilitats.
- Realització de 3 reunions anuals amb els actors socials i econòmics del municipi.
- Atenció i suport al teixit empresarial turístic del municipi i foment de la seva participació en les accions que es duguin a terme des de l'àrea de turisme.
- Identificació d'un mínim de 2 programes de finançament a nivell nacional, estatal i europeu, en el total de les anualitats.
- Anàlisi d'un mínim de 2 activitats del Pla de Desenvolupament Local de Turisme que siguin susceptibles de ser finançades cada any.
- Identificació d'un mínim de 5 socis per possibles projectes i col·laboracions.
- Redacció d'un mínim de 2 projectes relacionats amb la sol·licitud de finançament per algun dels projectes, en el total del període.

#### Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa  
 Teixit empresarial  
 Consell Comarcal  
 Diputació de Barcelona  
 Generalitat de Catalunya  
 Altres entitats per projectes europeus

#### Identificació dels/de les destinataris/àries

Empreses d'activitats i guiatge  
 Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)

Entitats i associacions  
Comerç  
Agències de viatge  
Representants polítics municipals i comarcals  
Tècnics municipals i comarcals

#### Pressupost

- a) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

#### Possibles fonts de finançament

##### Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

##### Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament d'Empresa i Treball. Convocatòries del Servei d'Ocupació de Catalunya.

##### Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, LIFE,...(en xarxa amb altres destinacions)

#### Indicadors de seguiment

- Tècnic/tècnica contractada
- Nombre de reunions realitzades amb els agents socials i econòmics
- Nombre de reunions internes de l'ajuntament i tècnics participants
- Nombre d'actuacions de promoció i comercialització en què es participa
- Nombre de programes de finançament identificats
- Nombre d'actuacions identificades com a susceptibles de ser finançades
- Nombre de socis identificats i contactats
- Nombre de projectes presentats
- Nombre de projectes aprovats

#### Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Creació del grup motor de turisme					
Enfortiment de l'àrea de turisme					
Mantenir i reforçar la col·laboració amb entitats públiques i privades					
Recerca de finançament					

Prioritat

Creació del grup motor de turisme – Alta

Enfortiment de l'àrea de turisme – Alta

Col·laboració amb entitats públiques i privades – Alta

Recerca de finançament – Alta

## Línia estratègica 4. Governança i capacitatció empresarial

### Projecte 13. Capacitatció i formació empresarial

La formació, l'assessorament i la dinamització empresarial han d'estar presents en aquest Pla de Desenvolupament turístic, ja que formen part d'un dels punts estratègics per a la capacitatció dels empresaris i la seva competitivitat.

Els continguts de la formació poden estar consensuats amb el teixit empresarial i social de Masquefa, així com d'altres departaments de l'ajuntament, tenint en compte també els diferents programes de formació que es puguin dur a terme des del Consell Comarcal de l'Anoia, la Diputació de Barcelona o l'Agència Catalana de Turisme. En funció dels diferents projectes, caldria també oferir a les empreses turístiques un acompanyament, formació i assessorament amb experts en creació i comercialització de productes turístics perquè els guïï sobre les possibilitats, viabilitat, serveis a incorporar, creació de la cadena de valor, etc. També cal formar-les per elevar la rendibilitat dels productes ja existents i per millorar la digitalització i comercialització.

Si les empreses turístiques compten amb aquest suport, es facilitarà la seva consolidació i serà un reclam per a l'atracció de noves empreses, que generaran ocupació al sector turístic i sectors associats.

#### Objectius específics

- Donar suport a la creació de nous productes i consolidar els existents
- Generar ocupació i riquesa local
- Motivar i generar sinergies entre l'empresariat
- Capacitar i formar el teixit turístic del municipi

#### Actuacions

- **Formació per a la creació i comercialització de nous productes.** Formació per a la creació i comercialització de productes de turisme actiu i científic. Es proposen sessions formatives adreçades al teixit empresarial i als gestors públics, amb una durada entre 3 i 4 hores de durada. El contingut s'haurà definit conjuntament amb el teixit turístic mitjançant un qüestionari on podran opinar sobre les necessitats formatives del sector.
- **Foment en la creació d'empreses turístiques i programa d'atracció de talent jove.** L'objectiu seria incentivar a la població local per tal que es creïn empreses vinculades al sector turístic, especialment nous allotjaments, empreses de guiatge, d'activitats, agències de viatge receptives, entre d'altres. Així com oferir-los un assessorament tant si són empreses o autònoms de nova constitució, com si es tracta d'empreses consolidades que volen ampliar o millorar. S'hauria de disposar dels serveis del Consell Comarcal i/o treballar conjuntament amb promoció econòmica. Aquest assessorament es pot realitzar també a empreses que no estiguin ubicades a Masquefa però que hi vulguin crear producte turístic o servei de guiatges.

- **Creació d'un programa d'assessorament personalitzat/mentoratge en temes de digitalització per a empreses turístiques com:** accessibilitat, comunicació digital, xarxes socials, eines cap una major digitalització en el sector, entre altres. L'objectiu és realitzar un mentoratge personalitzat a les empreses turístiques d'entre 8 i 12 hores, en un tema concret sobre digitalització. La idea és assessorar entre 1 i 2 empreses cada any. Si algun dels temes proposats té molt d'èxit es pot obrir una altra convocatòria o bé repetir-ho l'any següent. Aquesta fórmula permet centrar-se molt en les necessitats de cada una de les empreses, tenint en compte les seves característiques i idiosincràcies i per tant focalitzar en la formació o en la recerca de solucions d'una manera única i exclusiva. S'hauria de realitzar amb col·laboració amb el Consell Comarcal (programes del SOC).

#### Resultats esperats

- La realització de 1 sessió de creació o comercialització de producte per any.
- Assessorament empresarial o per l'execució del pla de negoci a un mínim d'1 emprenedor/a o empresa consolidada.
- Augment de la competitivitat turística del municipi
- Mentoratge a un mínim de 3 empreses anualment, en temes concrets sobre digitalització.

#### Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament de Masquefa  
 Consell Comarcal de l'Anoia  
 Diputació de Barcelona  
 Agència Catalana de Turisme  
 Servei Català d'Ocupació

#### Identificació dels/de les destinataris/àries

Empreses d'activitats i guiatge  
 Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)  
 Entitats i associacions  
 Comerç  
 Agències de viatge  
 Empreses de transport  
 Emprenedors locals i comarcals

#### Pressupost

- a) Formació per a la creació i comercialització de nous productes: 1.000€ per formació
- b) Acompanyament a emprenedors/es: 1.000€ per emprenedor/a
- c) Mentoratge a les empreses.- 1.200€ per mentoratge
- d) Recursos humans propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades i les accions pròpies.

#### Possibles fonts de finançament

Diputació de Barcelona

- Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum

Generalitat de Catalunya:

- Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
- Departament d'Empresa i Treball. Convocatòries del Servei d'Ocupació de Catalunya.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)

Programes Europeus:

- FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
- Programes INTERREG, FEADER, ...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors de seguiment

- Nombre de formacions impartides.
- Nombre de participants a les formacions.
- Nombre de productes turístics creats.
- Nombre d'empreses que creen producte.
- Nombre de canals de comercialització en què són presents els productes creats.
- Mesos en què es comercialitzen els productes.
- Enquestes de valoració de les formacions.
- Nombre d'empreses turístiques de nova creació.
- Nombre d'ocupació creada al sector.
- Nombre d'emprenedors/es i empreses ateses
- Nombre d'empreses interessades pel mentoratge individualitzat sobre digitalització.
- Nombre de mentoratges realitzats.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2023	2024	2025	2026	2027
Formació per a la creació i comercialització de nous productes					
Foment en la creació d'empreses turístiques					
Mentoratge en temes de digitalització					

Prioritat

Formació per a la creació i comercialització de nous productes - alta

Foment en la creació d'empreses turístiques i programa d'atracció de talent jove - mitjana

Creació d'un programa d'assessorament personalitzat/mentoratge en temes de digitalització per a empreses turístiques - mitjana

# DECABA

TURISME I DESENVOLUPAMENT LOCAL

---

Platja 38, 17258 L'Estartit  
(+34) 972 75 07 47 - 652941067  
info@decaba.com  
**decaba.com**