



Pla de màrqueting del turisme sostenible i digital de Les 3 viles




Abril 2022



Caldes d'Estrac
Sant Andreu de Llanerres
Sant Vicenç de Montalt

*Treball efectuat per l'empresa
Noema Consulting a demanda de
l'Oficina Tècnica de Turisme
(Gerència de Serveis de Turisme).*





Introducció	4
Metodologia	5
Context	8
El punt de partida	9
Diagnosi de la destinació	75
Model de Producte i Pla d'accions	84
Pla de comunicació	156
Cronograma	204

Introducció

Fa setze anys que Les 3 viles van proposar la realització d'una Diagnosi turística amb l'objectiu de treballar de forma conjunta. Això va comportar una sèrie d'iniciatives, com la creació d'una marca conjunta, una guia turística, la ruta de Les 3 viles i un mapa turístic, entre d'altres.

Amb el pas dels anys s'ha vist la necessitat de revisar aquell projecte, i valorar els canvis que s'han produït en la destinació, les empreses i el mercat, per dibuixar un pla de màrqueting que incorpori la digitalització i la sostenibilitat com a eixos vertebradors.

Les 3 viles són considerades llocs privilegiats per viure i gaudir de la tranquil·litat, del mar i la natura, i és també un bon lloc per visitar.

El Pla de màrqueting, s'enfoca en destacar els motors turístics actualitzats, les noves tendències de mercat, els canvis en l'oferta, el procés de digitalització i la sostenibilitat, accelerades amb la Covid-19, en un entorn incert de guerra entre Rússia i Ucraïna.



Metodologia

Per a la confecció del projecte s'ha prioritzat la participació dels principals actors públics i privats, amb l'objectiu de tenir en compte les diferents visions sobre el fenomen turístic de Les 3 viles, conèixer les diferents necessitats i detectar els punts forts i febles. Han participat en el procés un total de trenta-tres persones, en diferents formats: reunions de treball i seguiment amb els tècnics municipals, entrevistes en profunditat i tallers de treball online. Finalment, s'ha complementat amb la visita dels recursos dels tres municipis.

Grup de treball i seguiment amb els tècnics de Les 3 viles i la Diputació de Barcelona: 11 i 19 de gener, 2 de febrer i 7 d'abril.

- **Gemma Batayé**, per Sant Andreu de Llavaneres.
- **Marta Suñé**, per Caldes d'Estrac.
- **María José Cucurull**, per Sant Vicenç de Montalt.
- **Daniel Reixach** de l'Oficina Tècnica de Turisme de la Diputació de Barcelona.

Treball de camp als municipis

- 18 de gener Sant Andreu de Llavaneres.
- 27 de gener Caldes d'Estrac.
- 28 de gener Sant Vicenç de Montalt.

Entrevistes personals

- **Teresa Vidal i Peig**, 3a tinent d'alcalde i responsable de les àrees de Promoció Econòmica, Empresa, Comerç, Consum, Turisme, Noves Tecnologies de Sant Andreu de Llavaneres. 28 de gener.

- **Laia Sorribes**, 2a tinent d'alcalde. Regidora delegada de Cultura, Festes, Entitats i Associacions, de promoció Econòmica, Comerç i Turisme i de Consum de Sant Vicenç de Montalt. 18 de gener.
- **Alfred Freixas Ricart**, regidor de Turisme de Caldes d'Estrac. 27 de gener
- **Xavier Camps Coma**, director d'expansió de negoci Club Nàutic El Balís. 18 de gener
- **Anna Maluquer** de la Fundació Palau, 27 de gener.
- **Bouba Barrow**, director de l'hotel Dynamic, 27 de gener.
- **Antoni Torrent**, gerent del Balneari Termal de Caldes d'Estrac. 27 de gener.
- **Pol Panero**, Gerent del Golf Sant Vicenç de Montalt. 28 de gener.
- **Imma Canal**, directora de l'Escola de Golf HCP 1 Pitch & Putt de Sant Vicenç. 28 de gener.

Entrevistes online

- **Anna Sánchez**, cap de l'Oficina de Màrqueting Turístic de la Diputació de Barcelona. 17 de febrer.
- **Eva Esplugues**, directora tècnica del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, 23 de febrer.
- **Joaquim Arno**, president del Consorci i vicepresident del Consell Comarcal del Maresme. 19 d'abril.

Metodologia

Reunió temàtica: Cultura a Les 3 viles. (9/02/2022)

- **Lluís Albertí**, l'arxiver i director del Museu Arxiu de Sant Andreu de Llavaneres.
- **Maria Assumpta Comàs**, coneixedora de la història de Sant Vicenç.
- **Evarist March**, coneixedor de la història del municipi de Sant Vicenç de Montalt.
- **Antònia Canyo**, directora de la Biblioteca La Muntalà de Sant Vicenç de Montalt,
- **Marta Sunyé**, com a representant de cultura de Caldes d'Estrac.

Reunió temàtica: Allotjament a Les 3 viles (10/02/2022)

- **Rosa Pou**, responsable dels Apartaments Voralmar a Caldes.
- **Glòria Rosselló**, Propietària d'habitatge d'ús turístic a Sant Vicenç.
- **Maria Josep Subirachs**, directora Casa de Colònies Can Masriera de Llavaneres.
- **Bouba Barrow**, director de l'Hotel Dynamic de Caldes.
- **Joan Carles Riera**, director de la immobiliària Premium Habitat a Arenys de Mar.
- **Jordi Puigvendrelló**, director de l'Agència de viatges Noves Fronteres, Llavaneres.

Reunió temàtica: Entorn Natural i rutes a Les 3 viles. (2/03/2022)

- **Jaume Santmaria** del Club ciclista Xurribikers,
- **Ventura Buch** del Club ciclista Xurribikers,
- **Toni Buck** de l'Associació Excursionista Montaltrek
- **Josep Grau** de l'Associació Excursionista Montaltrek
- **Gemma Abad**, tècnica d'esports de l'Ajuntament
- **Cristòfol Sànchez**, delineant municipal i coneixedor del territori

Golf a Barcelona província. Golf a Les 3 viles. Diputació de Barcelona 15/03/2022

- **Mercè José Prieto**, cap de la Unitat del Cercle de Turisme i coordinació de productes turístics. Oficina de Màrqueting Turística de la Diputació de Barcelona (15/03/2022).
- **Joaquim Vizcaino**, Turisme esportiu, Cercle de Turisme, Oficina de Màrqueting Turístic de la Diputació de Barcelona.

Contingut

1. Context	8
2. El punt de partida	9
3. Diagnosi de la destinació de Les 3 viles	75
4. Model de producte i pla d'accions	84
4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles	87
4.2 Producte turístic de Les 3 viles	102
4.3 Accions de competitivitat	135
4.4 Governança	150
5. Pla de comunicació	156
5.1 A qui comunicarem i què comunicarem	158
5.2 Com comunicarem	164
6 Cronograma	204

1. Context

Des de març de 2019 estem pendents dia a dia de l'evolució de la pandèmia mundial. En febrer de 2022, quan semblava que l'evolució de la covid entrava en la senda positiva i que hi havia esperances en la recuperació de la normalitat i de la revitalització econòmica, ens trobem amb un conflicte bèl·lic a Europa. La invasió de Rússia a Ucraïna trenca tots els esquemes i ens posiciona en una situació d'incertesa i por al futur.

El turisme, la indústria de la felicitat, està plena de sotracs. Les reserves es cancel·len, es tornen a reactivar i la incertesa s'instal·la entre la ciutadania i les empreses.

Els mercats internacionals són molt sensibles a aquestes situacions de confusió i crisi econòmica. La pujada del preu del petroli i del gas, és i serà un efecte en cadena de l'increment dels preus, i això suposa canvis tàctics ràpids en els organismes de promoció.

El turisme de proximitat es converteix en un valor refugi, però no és suficient per cobrir els ingressos del turisme internacional. A més, aquest visitant també pateix la crisi.

És el moment perquè el sector privat i públic vagin plegats, i que es faci un esforç de comprensió mútua. Els ritmes són diferents, i en moments d'incertesa, és encara més

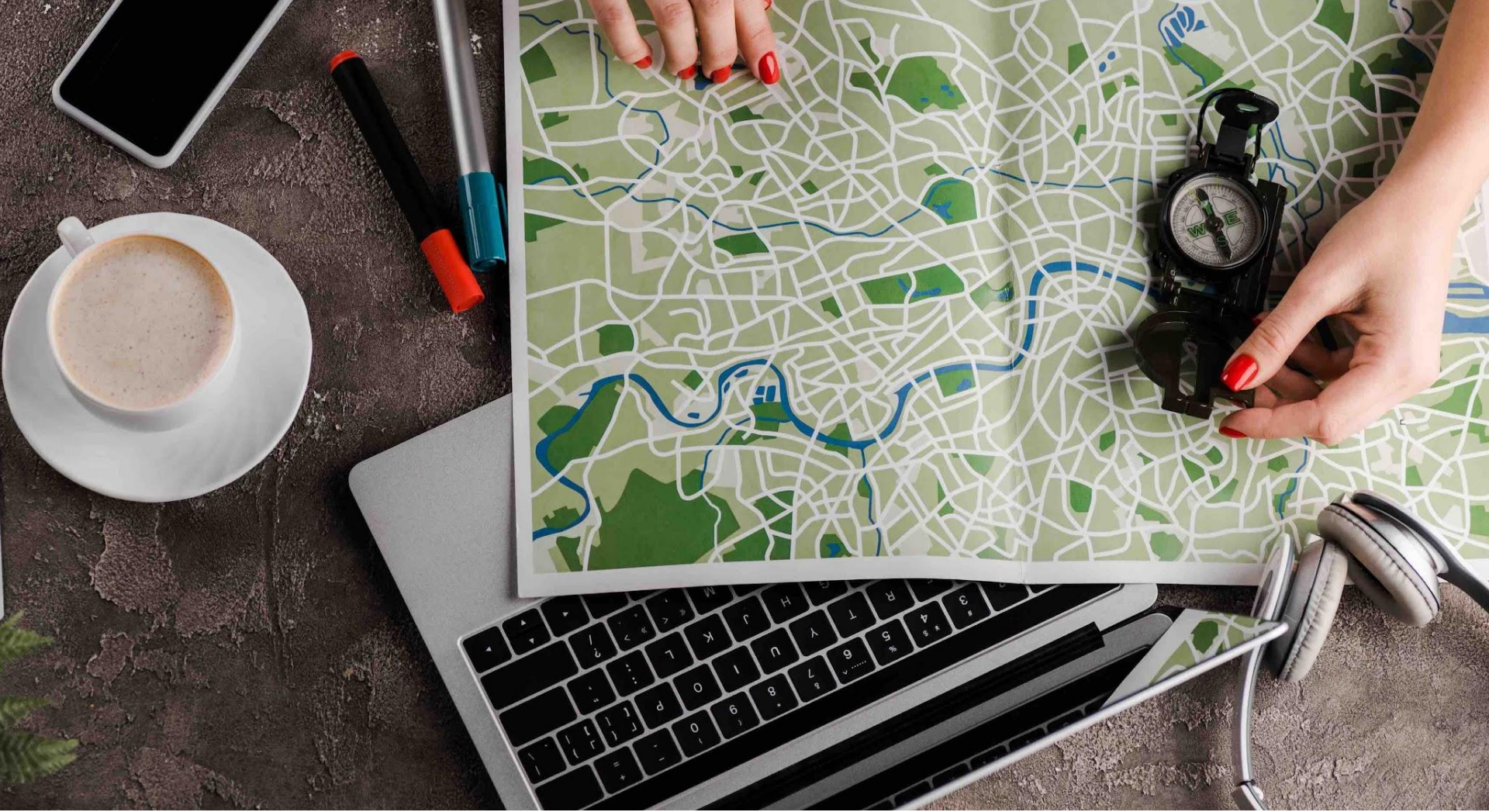
important crear un espai de treball conjunt on portar a terme les accions més profitoses per a la destinació, les empreses, els visitants i la ciutadania.

L'administració ha de treballar encara més per ajudar a salvar empreses, autònoms i llocs de treball. Facilitant les ajudes necessàries perquè el comerç, la cultural, l'esport i el turisme puguin recuperar-se

Estem vivint moments complexos on els esdeveniments canvien molt ràpidament i això ens afecta directament a l'hora de gestionar el màrqueting d'una destinació, on la governança àgil es converteix en un aspecte clau.

La urgència no ens ha de treure de l'agenda allò que és rellevant. I és en aquesta perspectiva que hem de construir un Model de Turisme Compartit de Les 3 viles, Sostenible i de Qualitat, i orientar la nostra mirada en el que és bo per a la ciutadania serà bo també per al ciutadà temporal.

Un projecte conjunt de tres municipis, sense un suport jurídic que sostingui el projecte, suposa que és necessari abordar com a prioritari la gestió i la governança. I donar-se compte, que el conjunt és molt més competitiu turísticament que els municipis de forma individual.



2. El punt de partida

2. El punt de partida

L'objectiu de l'anàlisi és recollir la informació per poder elaborar una diagnosi turística. Que ens permeti detectar els motors de creixement turístic que puguin ser d'interès per als tres municipis, que tinguin capacitat d'atracció i encaixin en la proposta turística del Maresme i la província de Barcelona.

Ens aproximarem a la demanda real i accessible a les nostres possibilitats de gestió, als recursos i productes ja existents, per tal de conèixer les oportunitats i eines amb les quals treballar a l'hora d'idear i plantejar aquest pla de màrqueting.

La finalitat última és definir un seguit d'accions útils a portar a terme, prioritzant la sostenibilitat i introduint l'eix de la digitalització tenint en compte les possibilitats existents.



Els apartats que treballarem per definir el Punt de Partida són:

- 2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac**
- 2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavaneres**
- 2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt**
- 2.4 Els principals atractius de Les 3 viles. La nostra selecció**
- 2.5 Valoració dels recursos**
- 2.6 Preparació turística de la destinació**
- 2.7 El producte turístic i la seva promoció**
- 2.8 La demanda real i potencial**
- 2.9 Previsions i tendències**
- 2.10 Col·laboracions i aliances**
- 2.11 Sostenibilitat**

2. El punt de partida

2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac

Caldes d'Estrac a cop d'ull



Fundació Palau - Picasso



Platges i el Passeig dels Anglesos



Aigua termal de Caldes



Balneari de Caldes d'Estrac



Allotjament i HUT



Gastronomia



Fires: Aqua Càlida, Pesolada



Nucli antic i història



Parc de Can Muntanyà

★ Estrella, diferencial alta demanda

★ A, alta demanda no diferencial

⚡ Diferencial segmentat

2. El punt de partida

2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac

Patrimoni cultural	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Fundació Palau	És el producte estrella cultural de Les 3 viles i del Maresme. Té dues plantes: la primera conté la col·lecció de pintura d'en Palau (principalment catalana) i a la segona l'exposició permanent "Estimat Picasso", centrada en la relació entre Palau i el famós artista.	Privada	Oportunitats úniques de promoció per l'obra de Picasso i un enfocament personal amb la relació d'amistat amb Palau. Trobem una mancança de solucions per al turisme internacional i de la resta de l'Estat, com audioguies, recorregut d'imprescindibles i visita dirigida als infants. Manca de web en idiomes, no hi ha compra online, ni hi som al <i>trade</i> turístic.
Nucli Antic	La part més antiga del poble conserva racons curiosos marcats per un petit recorregut amb informació. Destaca la Parròquia de Santa Maria, la capella de la Mare de Déu del Remei, la Casa Ugalde i la finca de la Can Milans (biblioteca) franquejada per les torres de guaita (propietats privades).	Pública	Un bon complement de passeig, conjuntament amb la visita a la Fundació Palau. És un recorregut curt, que es complementa amb els punts d'interès del Passeig. Ampliar els punts selfies aprofitant la fotogènia de Caldes i les seves vistes al mar.
Capella del Carme	A prop del passeig dels Anglesos, trobem la Capella del Carme i el carrer del Callao, que formen part de l'itinerari cultural.	Pública	Només oberta en horaris de missa. Està a prop de l'estació.
Balneari de Caldes d'Estrac	Situat al centre de Caldes descobrim els Banys termals públics, durant molt de temps, juntament amb les platges, un dels principals atractius. Instal·lacions modestes destinades a un públic local, de proximitat i de l'Imsero. Compromís per a la sostenibilitat Biosphere.	Gestió Privada (Concessió de l'Ajuntament)	Instal·lacions modestes, l'edifici necessitaria una renovació per millorar el seu atractiu, potser inclús una ampliació. Té un alt potencial, però necessita inversió i orientació. Oferta complementaria interessant per als allotjats a Les 3 viles. Curiosament, és el Balneari Titus que arriba acords amb alguns establiments de Caldes.
Passeig dels Anglesos	Rep el nom del passeig dels Anglesos inspirat en el del passeig de la ciutat de Niça, Destaquen les cases modernistes dels anys vint, l'oferta de restaurants oberts tot l'any i l'Hotel Colón (tancat).	Pública	Passeig històric. El problema més urgent és el tancament de l'Hotel Colón. Millora de la unió amb el passeig d'Arenys de Mar.

2. El punt de partida

2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac

Patrimoni cultural	Descripció	Propietat	Observacions
Cases modernistes i noucentistes	Can Gili/Casa Bellavista (església 33), Can Nadal (camí Ral, 50), Can Bastos (carrer Major, 31), Can Cabanyes (carrer de la Riera, 21), Can Milans Perejordi (carrer de l'església, 6), Can Boada (carrer Major, 38), Can Arboix (carrer Major, 8-10), Can Gibert (carrer de l'església, 21), Ca la Cristina (carrer de Sant Josep, 7), Can Baya (Passeig del Mar, 4)...	Privada	Caldes compta amb molts exemples. Aquesta és una petita llista compilada dels béns llistats a l'inventari del web de la Diputació de Barcelona i la Memòria de l'inventari del Patrimoni Local de Caldes d'Estrac.
Torres de Guaita	Torre dels Encantats, pertany a Arenys, accessible per Caldes. No visitable. Torre verda, no és visitable. Torre Busquets, no és visitable.	Privada Privada Privada	La torre dels Encantats i la torre d'en Busquets estan relacionades amb llegendes. Torres de guaita dels atacs dels pirates i corsaris del segle XVI.
Personatges, fets històrics i Llegendes			
Jacint Verdaguer	Poeta català, va passar llargues temporades a la Torre de les Orenetes, la mansió d'estiu que l'any 1883 que el Marquès de Comillas, el seu mecenes es va fer construir a Caldes d'Estrac. Naixement: 17 maig de 1845, Folgueroles Mort: 10 juny de 1902, Vallvidrera,	10 juny de 2022 farà cent vint anys de la seva mort.	
Joan Maragall	Poeta català. Acudia sovint a la vila en una etapa tardana de la seva vida per tractar les seves malalties amb l'aigua termal que va fer famosa. Durant les seves primeres visites va viure a un hotel, però eventualment va adquirir una casa a on estiuejava tota la família. Naixement: 10 d'octubre de 1860, Barcelona. Mort: 20 de gener de 1911, ídem.	El seu domicili a Caldes d'Estrac estava situat al carrer del Callao, encara existeix, el jardí estava a on avui està el passeig dels anglesos.	

2. El punt de partida

2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac

	Descripció	observacions
Apel·les Mestres	Artista català. Ordenat pel marquès de Comillas a dissenyar la façana de la seva mansió a Caldes, hi va estiuajar igualment a la vila durant més d'una dècada on va prendre inspiració per les seves il·lustracions. Naixement: 28 d'octubre de 1859, Barcelona. Mort: 18 de juliol de 1936, ídem.	Apel·les Mestres és un il·lustrador bastant famós i segur que podem trobar més paral·lels entre els seus dibuixos i el paisatge Caldenc. Destaquem la ruta literària per Caldes d'Estrac
Josep Palau i Fabra	Poeta, dramaturg, contista i assagista barceloní que va obrir la seva fundació a Caldes, i que va ser enterrat a la localitat. Reconegut col·leccionista d'art i amic personal de Pablo Picasso.	La Fundació Palau i l'exposició permanent de Picasso.
L'Estiuieg	El fil conductor de la història moderna de Caldes. La raó del seu creixement i de la vinguda de la majoria dels seus personatges més reconeguts. La història recent de Caldes d'Estrac ja està contada de manera comprensiva i clara a partir de l'estiuieg en el volum dos de la col·lecció Caldae Aquae editat per l'Ajuntament.	Treure profit de com va viure Caldes els feliços anys vint a través d'un itinerari, una festa temàtica de recreació històrica (indians de Begur). Història compartida a Les 3 viles.
Guerra civil	No tan popular com el tema de l'Estiuieg, però també molt curiós per la quantitat de personatges que passen per Caldes fugint dels bombardejos a la capital. Tenim al polític Lerroux, al Lehendakari Aguirre i el comitè de guerra de la república. Tots ocuparen cases d'estiu a Caldes, per no dir totes les ambaixades i els personatges que formaven part d'aquestes. El millor és que els edificis que ocuparen estan registrats, i es poden mostrar.	Col·laborant amb Sant Vicenç per exemple (on es va quedar el president de la república Manuel Azaña) podríem tenir un bon relat que promocionar. Ruta de les ambaixades promoguda pel Consell Comarcal del Maresme.
Llegendes	<ul style="list-style-type: none"> - La dona d'aigua i l'origen de les termes. - Fàtima i el Busquets. Els gegants. - La Mare de Déu dels remeis. 	Relats que poden ser fils conductors de propostes turístiques.

2. El punt de partida

2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac

Patrimoni Natural	Descripció	Propietat	Observacions
Aigua termal de Caldes	Font d'aigües terapèutiques a la vora del mar que ha definit Caldes d'ençà que està documentada la seva existència. Punt de culte dels ibers i localització del primer hospital termal d'Espanya a càrrec dels templers. L'aigua termal mineromedicinal brolla a 38,8 °C amb les seves propietats originals.	Pública	Pocs municipis tenen aigua termal.
Parc de Can Muntanyà	Parc municipal amb bones vistes del municipi. Ideal com a activitat complementària o àrea de descans. Té gran diversitat d'espècies vegetals una pèrgola, una petita caseta de fusta i l'antiga masoveria.	Pública	Parc històric. D'interès a posar en valor.
Platges	La platja dels Tres Micos o del Camí dels Anglesos. 400 x 50 m. Platja de la Kalima, separada de la d'Arenys per un espigó. 300 x 50 m Ofereixen serveis complets i una bona oferta interessant de guinguetes. La platja dels Tres Micos té la Bandera Blava, que reconeix la qualitat i compromís amb el medi ambient, és atorgada per la Unió Europea.	Pública	Millorable la unió entre Arenys de Mar i Caldes d'Estrac. L'Hotel Colón està en risc de degradació si continua tancat. Manca distinció de la platja de Kalima.
Festes i esdeveniments			
Bio-Fira Aigua Càlida	Fira que promou l'estil de vida basat en el benestar, la salut i la sostenibilitat, acompanyat de la promoció de la gastronomia i la cultura. Se celebra a principis de juny.	Pública	Visitants majoritàriament del Maresme.
Poesia i + a la fundació Palau	Festival itinerant amb quinze edicions que reuneix als poetes del Maresme. Se celebra entre el 28 de juny i el 10 de juliol .	Privada	
La Pesolada	La festa gastronòmica reconeguda i tradicional se celebra des de març a maig. A Llaneres la Festa del Pèsol i al Maresme es promou les Jornades gastronòmiques Temps de pèsol.	Pública amb participació privada	Unes jornades arrelades, pioneres en la promoció de la pesolada.
Festes majors	Festa Major de Caldes d'Estrac, als volts del 8 de setembre (228 d'agost i 11 de setembre). Mare de Déu del Remei. Festa Major de Santa Llúcia al desembre	pública i entitats	

2. El punt de partida

2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac

Allotjaments	Descripció	Propietat	Observacions
Hotel Dynamic	Hotel de tres estrelles especialitzat en turisme esportiu amb un màxim de 85 places en 30 habitacions. Compta amb un petit gimnàs, un lounge, una piscina (separada de l'edifici de l'hotel) i un restaurant situat a l'última planta de l'hotel que té unes vistes panoràmiques al Mediterrani. És bikefriendly.	Privat	Són molt actius en crear noves propostes. 8,0 a Booking 3,0 a TripAdvisor. (perfil doble puntuació 4) 4,2 a Google Maps. Ha de millorar les seves valoracions. Web completa.
Apartaments Voralmar	Apartaments d'ús turístic al carrer del remei. Capacitat per 18 places en 5 apartaments moderns i ben equipats. Amb notable presència web i amb bones opinions als principals portals de lloguer turístic.	Privat	Puntuació 9,7 a Booking No hi és a TripAdvisor. La pàgina web és funcional, escassa en informació respecte als serveis que els hi donen o què fer a Caldes. 4,7 a Google Maps.
Caldescans Bed and Breakfast	Antiga casa d'estiueig d'estil modernista que ha conservat la seva estructura i encant. Actualment, és un Bed and Breakfast al carrer Santema. El seu interior ha estat modernitzat i avui té una oferta variada en les quatre habitacions que poden albergar un màxim de 12 inquilins.	Privat	Puntuació 9,5 a Booking 5/5 en TripAdvisor 4,6 a Google maps. Molt bones puntuacions Pàgina web antiga. Millorable informació al voltant de Les 3 viles i experiències.
Santa Romana Apartaments, Suites i Events	Complex d'apartaments amb antiga casa senyorial noucentista completament rehabilitada fidelment a la seva essència original (antiga casa noucentista Can Soler, ambaixada britànica). Es promociona com a retir i lloguer d'esdeveniments en estiu. Santa Romana disposa de 44 apartaments, amb unes 4 places per apartament (informació web), que fan un total de 176 places. A més ofereix a la casa suites de luxe, zones enjardinades, piscina, gimnàs i vistes al mar. Realitzen esdeveniments privats (bodes), lloguers de temporada i vacacional.	Privat	Puntuació 9,3 a Booking Sense opinions a TripAdvisor 4,5 a Google Maps. Web moderna i inspiradora. Millorable informació al voltant de Les 3 viles i experiències Localització ideal per recreacions històriques en l'esperit de l'estiueig Caldenc.

2. El punt de partida

2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac

Allotjaments	Descripció	Propietat	Observacions
Casa de colònies Eurostage i Pensió Casa Santema	Casa de Colònies situada per sobre de l'autopista en un entorn boscos. Ofereix diferents tipus d'allotjament. Habitacions en dues cases amb tretze habitacions que van des de 2, 4, 8, 10 i 14 places. Disset bungalows amb capacitat de 2, 6 i 8 places Casa Santema està situada en mig del poble, és una pensió i té capacitat per a 28 persones (14 habitacions) i zona d'acampada. Especialitzats en públic escolar principalment: cases de colònies, sortides d'un dia, estades de dansa i esportives.	Privat	Pot ser una bona alternativa d'allotjament per a estades esportives.
Hotel Kalima	Es tracta d'un hostel de dues estrelles al passeig de la Morera. D'estètica modernista vora del mar ofereix 12 habitacions i un màxim de 21 inquilins.	Privat	4 sobre 5 a TripAdvisor. 8,9 a Booking 4,5 a Google Maps No tenen una pàgina web pròpia.
Hotel Colón (Tancat).	L'hotel Colón va tancar durant la pandèmia i té un futur incert. Situat en primera línia de mar, suposava una oferta molt diferencial. Es posicionava com el Balneari que combinava tractaments amb aigua de mar i termal, encara que va haver-hi problemes. Oferia 84 habitacions, salons per esdeveniments i 4.000 m ² d'instal·lacions dedicades a la salut, bellesa i benestar	Privat, concessió Ministeri - Costes.	En l'actualitat està en venda. La concessió actual (Costes del govern espanyol) té una durada d'uns deu anys. Perill de deteriorament. La seva obertura ha de ser un objectiu prioritari pel consistori.
Habitatges d'ús Turístic*	Segons la guia oficial d'establiments turístics de la Generalitat de Catalunya, hi ha registrat 42 HUT. Però en l'estudi de l'INE* en agost de 2021 el nombre d'HUT oferts s'estima en 65, amb una capacitat mitjana de 5,22, un total de 339 places.	Privat	Hi ha poca informació sobre aquesta oferta.

*INE. Estudi a través de web scraping de les tres plataformes més utilitzades d'allotjament turístic

2. El punt de partida

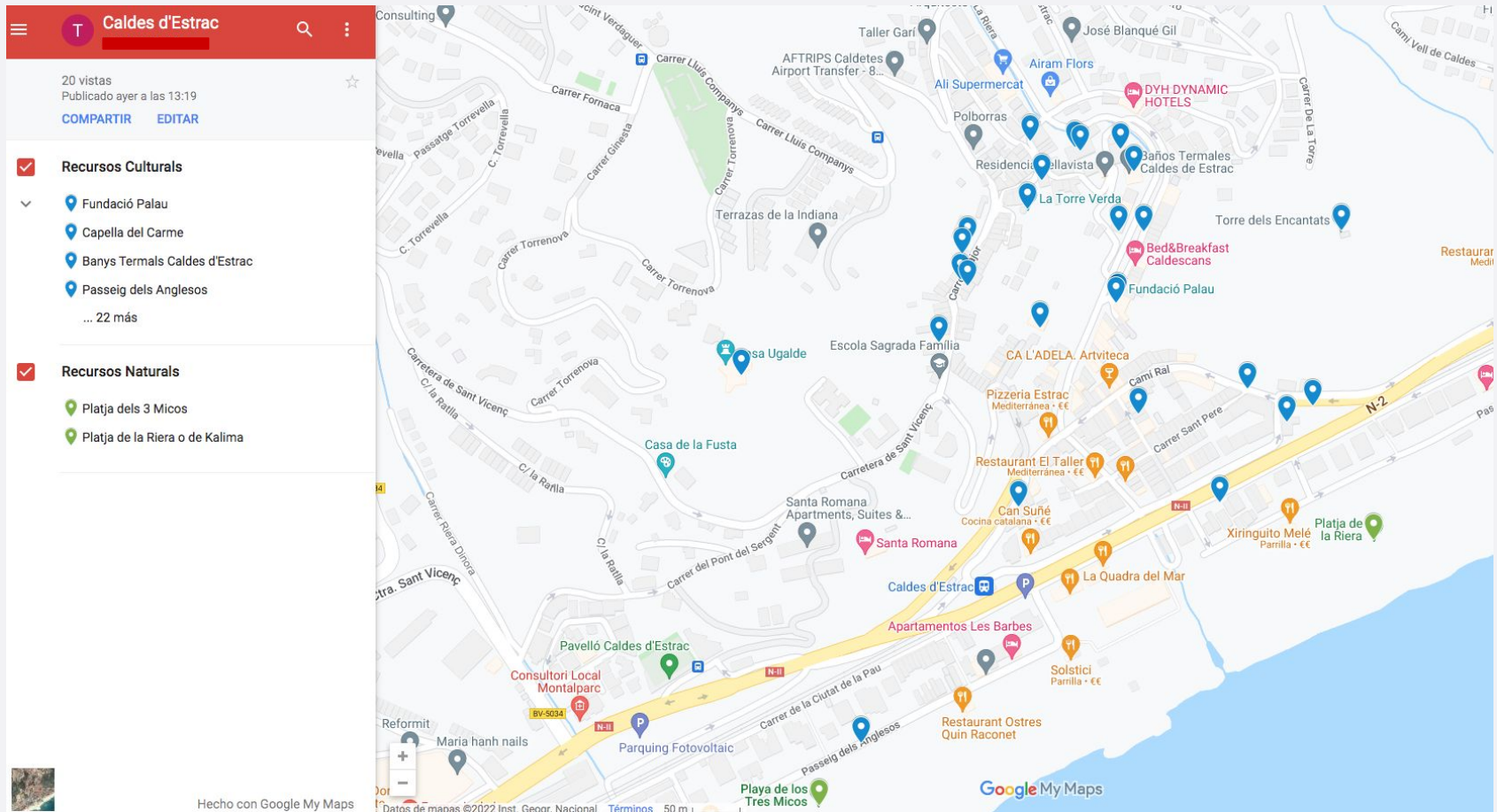
2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac

Gastronomia			
Oferta de restaurants	Caldes d'Estrac té una bona varietat de restaurants, els de primera línia de platja es mantenen oberts tot l'any per si el visitant vol gaudir del bon temps.	Privat	Bona presència a TripAdvisor i Google Maps. No és el mateix a The Fork.
Entitats i associacions	Associació de restauració. Existent, però actualment en procés de reactivació.	Pública	És necessari la seva reactivació.

2. El punt de partida

2.1 Recursos i atractius turístics de Caldes d'Estrac

Geolocalització de recursos naturals cultural i esportius en Google My Maps



2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavanes

Sant Andreu de Llavanes a cop d'ull



Platges



Port Balís, Club nàutic, Base nàutica. Esports nàutics



Club de Golf Llavanes - Tennis Mora- Pitch&Put,



Allotjaments Prèmium



Oferta gastronòmica - restaurants



Coca de Llavanes, Pèsol garrofal i els camps de conreu de pèsols i flors ornamentals



Nucli Antic i aspectes històrics



Museu-Arxiu Llavanes. Cases modernistes



Entorn Natural

2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavaneres

Patrimoni i oferta cultural	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Ca l'Alfaro	Casa d'estiueig modernista de 1880 del pintor Nicolàs Alfaro. Actualment són oficines municipals. Situada al centre del poble, destaca el jardí. En l'actualitat no és visitable per l'interior. Forma part de la ruta modernista.	Públic.	La seva visibilitat està possiblement desaprovechada turísticament. És un punt d'informació turística, la seva ubicació, els jardins i l'edifici convida a promocionar el punt d'informació turística, encara que no dona servei els caps de setmana i els festius.
Museu Arxiu de Sant Andreu de Llavaneres	Situat en la casa modernista de Can Caralt. Pinacoteca d'artistes catalans principalment de principis del segle XX. Destaquen pintures de Tàpies i de la família Masriera, així com gravats de Miró. Col·leccions permanents de ràdios, càmeres fotogràfiques i projectors del segle XIX. Exposicions temporals i activitats. Pàgina web actualitzada i visita virtual.	Públic	Pinacoteca interessant amb un espai amb moltes possibilitats. S'hauria de dur a terme un projecte de valoració i usos del Museu Arxiu. Web només en català i orientació local.
Cases Modernista, L'estiueig a Llavaneres	Cases d'estiueig modernistes com la Torre Gran, la Torre del Sot, Ca l'Alfaro, can Farnés, can l'Utzet i noucentistes com les Torres Bessones de Cal Matas. Ruta Sant Andreu de Llavaneres i el modernisme: senyalització dels diferents punts amb explicació en quatre idiomes (cat. cast. eng, fra.), braille i codi QR per a més informació (disponible només en català). La ruta té quinze punts d'interès, 13 en el nucli urbà i dos en la zona del passeig - platja.	Privat-Públic	En el fulletó de la ruta modernista manca el punt número 2 al mapa. El fulletó té una funció de guia per seguir la ruta i es complementa amb informació al web i no està en idiomes. Millorar la interpretació, per exemple, a través d'una audioguia, i més informació al Museu Arxiu Can Caralt. En el fulletó de Modernisme al Maresme, apareix com a municipi destacat.
Vestigis de la Guerra civil	Niu de metralladora al passeig marítim. Documentació com el DVD de la sèrie <i>Mirar enrere</i> "història del municipi, en què es repassen els fets ocorreguts durant la Segona República i la Guerra Civil fins a l'arribada dels franquistes".		No està posat en valor.

2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavaneres

Recursos Culturals	Descripció	Propietat	Observacions i millores
L'església antiga i el cementeri	L'església antiga o vella, és un edifici gòtic tardà, construït en dues fases, entre 1508 i 1574. Acabada l'església, es va construir la rectoria vella, 1665. Normalment està tancada. Rodejades pel cementiri, la portada d'entrada està franquejada per dos àngels.	De l'església	Aquests detalls són complementaris i destaca per ser un mirador excepcional.
Església parroquial i el patrimoni artístic	Destaca el retaule major del s. XVII, obra de l'escultor Gaspar Huguet i del pintor italià Joan B. Toscano. Pintures de Masriera	De l'església	S'acompanya d'un fulletó que permet fer un recorregut pel temple. No hi ha interpretació detallada dels retaules de l'església.
Ermita de Sant Sebastià i ermita de Llorita.	L'ermita de Sant Sebastià, molt reformada, es remunta a 1504, però la que es conserva és del XVIII, erigida en agraïment per la protecció de la pesta. L'ermita de Llorita es troba en runes dins de la propietat de Can Lloreda. Són punts destacats per les bones vistes	De l'església	Punt molt interessant per les vistes des del seu enclavament.
Molí de Can Cabot	És l'únic molí que queda a Llavaneres i un dels pocs que hi ha a la comarca. Es conserva encara vegetació típica de ribera, molt ric en diverses espècies d'ocells i insectes. Com a curiositat la masia de can Cabot de Vall va ser comprada per la família d'artistes Masriera	Públic	És un lloc emblemàtic del municipi a recuperar
Rocs de Sant Magí, assentament neolític	Les restes neolítiques més notables de Les 3 viles. Assentament megalític amb gran monumentalitat, insospitada en les descripcions que descobreixes en internet. Interpretació del conjunt a través de diferents plafons.	Públic.	Potenciar juntament amb la ruta de les roques, culminació natural del recorregut que evita que els excursionistes es moguin per la zona residencial.

2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavanes

Personatges, fets i Llegendes	Descripció	Observacions i millores
Josep Santiago Vives i Tutó	Alt càrrec de la jerarquia eclesiàstica, nascut a Llavanes principis del segle XX. Fou un influent conseller dels papes Lleó XIII i Pius X. Ja celebrat com un dels nadius il·lustres de la vila.	Escultura del Cardenal Vives al parc
Família Masriera	Família d'artistes, joiers i escultors que varen fer la seva fortuna en l'època modernista. Residiren sobretot a Barcelona. Destaca Lluís Masriera i la joieria modernista. Les seves obres són reconegudes en l'àmbit internacional. En l'actualitat encara es venen els seus dissenys, sota la marca Bages-Masriera, situat a Barcelona.	Podem trobar pintures al Museu-Arxiu. Casa Masriera en el carrer Sant Joan 3-5. A l'Església Parroquial queden pintures.

2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavanes

Entorn natural	Descripció	Propietat	Observacions i millores
La riera	És la unió del barri antic del poble i el passeig. Els terrenys més propers al mar hi podem trobar alguns camps dedicats a la floricultura i al conreu del pèsol.	Pública	S'ha de millorar el seu ús per l'oci i el passeig.
Camps de conreu i horta, pèsol garrofal i flors ornamentals	L'horta de Llavanes és reduïda, però genera el producte més reconegut que és el pèsol garrofal. El futur de l'horta és incert, només uns cinc pagesos sense relleu generacional. Destaquem la línia costanera entre Mataró i Sant Andreu de Llavanes coneguda com les Cinc Sénies . Ruta de Mataró a Llavanes.	Privat	Es realitzen durant les jornades gastronòmiques visites a les explotacions agràries horta Pere Viván.
Platges	Les tres platges tenen el Compromís per a la Sostenibilitat Turística Biosphere: platja de l'Estació (200 x 30 m) les Barques (180 x 30 m) i del Balís (50 x 30 m).	Pública	
Roques de Llavanes ● Ruta de les roques de Llavanes	Centrada en les roques curioses localitzades pels afores de Llavanes i Sant Vicenç. L'única ruta que no té un fulletó informatiu propi. Està basat en el projecte Andreu Ventura 2019 de molt interès per valorar diferents recorreguts: alguns més coneguts com el molí, el tiet Andreu i el Roc de l'Avi, i d'altres fins a 80 roques, com el Lleó, el Camell Petit i el Mirador del Maresme.	Pública	Cal publicitar la ruta. Valorar la unió amb els rocs de Sant Magí i batejar-la com a "ruta neolítica" podria ajudar, així com l'elaboració d'un fulletó amb mapa.
Altres punts d'interès, els parcs	<ul style="list-style-type: none"> ● Jardins Joaquim Passi, un gran parc urbà de 12.000 metres quadrats. Destaca la varietat d'espècies d'arbres i plantes. Amb zona infantil, estanc i zona per passejar. ● Parc de la Llorita, està integrat amb la muntanya i tocant al nucli urbà Ideal para anar amb els infants, taules de pícnic, font i tirolina i tobogan. Punt de sortida de diferents rutes. ● Parc de Can Rivière, zona de joc infantil i esportiu ● Jardins de Ca l'Alfaro, etc. 	Pública	Formen part de les rutes de viles florides.

2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavaneres

Equipaments esportius	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Port Balís	<p>Un dels 5 ports esportius del Maresme. Destacat per la seva tradició i activitats nàutiques competitives. Amb un club nàutic de 1200 socis i un port amb 753 amarres.</p> <p>Fan classes d'esports nàutics dedicats sobretot a adolescents com a una iniciació al món de la vela. La base nàutica ofereix diferents esports a l'estiu, alguns a través d'empreses subcontractades, als turistes de les platges.</p> <p>A part fan esdeveniments esportius, principalment regates. En febrer i en juliol fan campionats de vela en la lliga juvenil sobretot, on tenen campions quasi cada any</p> <p>CN El Balís segell BIOSPHERE. ISO 14001 i EMAS. Bandera Blava</p>	Privat	<p>Obert a col·laborar amb iniciatives turístiques. Posen a la nostra disposició les seves instal·lacions. "Punt d'informació turística poc visible.</p> <p>Els competidors necessiten allotjament i serveis que troben fora de Les 3 viles.</p>
Golf Llavaneres	<p>El Golf Llavaneres, obre les portes als no socis i promociona el camp per altres golfistes. Recorregut de 18 forats amb excel·lents vistes al mar. Casa club i restaurant.</p> <p>Forma part de Barcelona Golf Destination impulsat per 7 camps de golf de la província de Barcelona amb el suport de la Diputació de Barcelona. Té acords amb l'allotjament Santa Romana Apartaments de Caldetes i Villa Torre Blanca de Llavaneres, altres allotjaments del Maresme i Barcelona.</p>	Privat	<p>Actitud col·laborativa. Per normativa no pot fer altres activitats esportives, com pàdel i vol complementar la seva oferta. Ha intentat fer activitats amb les escoles i l'institut per promoure el golf i tampoc ho ha aconseguit</p>
Tenis Mora	<p>Instal·lacions de tenis, pitch&put, pàdel, esquaix i frontó.</p>	Privat	
Altres equipaments esportius	<p>Zona d'equipaments esportius de Llavaneres: piscina municipal, camp de futbol, pavelló d'esports, i un nou pavelló poliesportiu energèticament sostenible i compta amb grades telescòpiques i abatibles, en 2023 s'urbanitzarà l'entorn i s'habilitarà el bar, el gimnàs i vestidors.</p>	Pública	

2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavaneres

Allotjament	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Can Masriera / Casa de Colònies	Casa de colònies amb el nom de la família d'artistes es troba ubicada en una masia del segle XVII renovada i habilitada amb els serveis necessaris. Capacitat per 60 persones en un total de 12 habitacions. Treballa principalment amb escoles. Venen poques famílies perquè n'hi han d'haver almenys 10 persones. També treballen amb alguns grups esportius i algun casament.	Privat	Bona puntuació, 4,7 a Google Maps.
Hostal Santa Gemma	Hostal de dues estrelles proper al port Balís i a menys de 5 minuts de distància de la platja més propera. Tenen 8 habitacions dobles, una piscina, un bar, aparcament gratuït, terrassa i jardí. Tancat per qualsevol mena d'esdeveniment segons el reglament penjat als portals web.	Privat	El web que es promociona no funciona. És l'únic establiment d'allotjament hotelier en actiu. 4,4 a Google Maps.
Habitatges d'ús turístics	Segons la Guia oficial d'establiments turístics de la Generalitat de Catalunya hi ha registrat 182 HUT. Segons dades de l'INE hi havia 83 HUT oferts en agost de 2021, amb una capacitat de 733 places i 8,83 places de mitjana. Hi ha una important variació de propostes des de més econòmiques en apartaments fins a vil·les de luxe. Exemples: Vil·la Torre Blanca, Villamarseme Holiday Rental.	Privat	És necessari tenir millor coneixement de l'oferta existent. En aprovació: 1) Pla especial habitatges ús turístic limitant les zones on se'n poden instal·lar de nous o ampliant en altres; 2) Ordenança regulació HUT i llars compartides. projecte d'ordenança municipal d'habitatges ús turístic

2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavaneres

Esdeveniments i festes	Descripció	Propietat	Observacions i millores
<p>Festa del Pèsol Garrofal</p> <p>Mostra gastronòmica</p>	<p>Se celebra la 22 edició de la Festa del pèsol garrofal, la més arrelada on es promociona el producte autòcton de la vila amb una producció reduïda de la mateixa horta Llavanerenca. S'acompanya de diferents activitats. Celebrada entre els dies 1 i 4 d'abril.</p> <p>Establiments de menjar preparat i restauració ofereixen menús i plats amb pèsol garrofal de Llavaneres. Se celebra de l'11 de març a l'1 de maig</p>	<p>Pública i participació privada</p>	<p>Està consolidada.</p> <p>El Consorci del Maresme promociona el Temps de Pèsols al Maresme, jornades gastronòmiques de la comarca que col·laboren restauradors i productors.</p>
<p>Festa Gastronòmica de la Coca de Llavaneres</p>	<p>Homenatge a la coca de llavaneres, i promoció de productes de pastisseria i productes de tardor (bolets, castanyes, moniatos, etc.) Se celebra el cap de setmana del 20, previ a la Festa Major.</p>	<p>Pública i participació privada</p>	<p>És una festa amb una petita fira-mercat de productes diversos.</p>
<p>Festa Major</p>	<p>Festa Major de La Minerva, se celebra a mitjans de juliol Inclou la Fira d'artesanía d'estiu. Activitats culturals, lúdiques i esportives</p> <p>Festa Major de Sant Andreu, finals de novembre entre el 27 i 30</p>	<p>Ajuntament, comissió de festes i entitats</p>	<p>De caràcter popular són un recurs d'interès pels visitants gaudir de les festes més arrelades, a tenir en compte a l'hora de la comunicació.</p>

2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llavaneres

Gastronomia i productes locals	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Pèsol Garrofal	De Les 3 viles, Llavaneres ha estat l'única que ha conservat les hortes i encara produeix productes agrícoles. Un dels objectius és treballar pel reconeixement del pèsol garrofal com a DOP i paisatge protegit, encara que hi ha dificultats. Només hi ha cinc productors, no hi ha relleu generacional i no estan associats		El pèsol del Maresme és reconegut per la seva qualitat, la varietat garrofal és menys coneguda però molt apreciada.
Coca de Llavaneres	Mostra de rebosteria popular a internet amb origen a aquest municipi. Tradicionalment reservada per a la nit de Sant Joan, avui en dia es pot aconseguir fàcilment tot l'any.		Coneguda i reconeguda.
Poma Farcida	Recepta tradicional que per requerir una major elaboració i temps de preparació no és tan popular, però encara es prepara en alguns restaurants de la vila.		Menys conegut que els altres productes locals.
Oferta de restaurants	Restaurants de bona qualitat en termes general, tant en el nucli urbà com a la zona del port Balís, oberts tot l'any. La presència en TripAdvisor i en The Fork és escassa, no obstant això, no és el cas en Google Maps (abans gestionat amb Google My Business).	Privats	
Entitats i associacions	Associació de restauradors i pastisseries locals de Llavaneres. Associació de comerciants Amunt a part. Les dues són actives.	Privats	La seva existència facilita la governança dels projectes relacionats.

2. El punt de partida

2.2 Recursos i atractius turístics de Sant Andreu de Llaveneres

Geolocalització de recursos naturals cultural i esportius en Google My Maps

The screenshot shows a Google My Maps interface for the area of Sant Andreu de Llaveneres. The map is populated with various location markers. On the left, a sidebar lists the following resources:

- Recursos Culturals**
 - Ajuntament de Sant Andreu de Llaveneres
 - Ca l'Alfaro
 - Església Vella i cementiri
 - Museu-Arxiu de Sant Andreu de Llaveneres
 - ... 9 més
- Recursos Naturals**
 - Passeig de la Riera
 - Platja de les Barques
 - Platja de l'Estació
 - Parc Joaquim Passi
- Recursos Esportius**
 - Port Balís
 - Club de Golf Llaveneres - Barcelona
 - Club Tennis Mora

The map itself shows numerous markers corresponding to these categories, including locations like Mas Nadal, Can Masriera, Sant Andreu de Llaveneres, and various sports and cultural venues. The interface includes a search bar at the top left, a view count of 20, and options to share or edit the map.

2. El punt de partida

2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt

Sant Vicenç de Montalt a cop d'ull



Cim del Montalt - Parc del Montnegre i el Corredor



Platges i Passeig marítim (Cases modernistes)



Golf de Sant Vicenç de Montalt i Pitch&Put



Oferta gastronòmica



Parc dels Germans Gabrielistes



Passeig marítim (Cases modernistes)



Centre històric. Història (Estiuieg i Guerra Civil)



Allotjaments Prèmium



Sant Vicenç Nadalenc



2. El punt de partida

2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt

Recursos Culturals	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Nucli Antic	Centre del poble al voltant del carrer major és un dels pocs nuclis del Maresme que encara conserva l'autenticitat. Al voltant de l'Església de Sant Vicenç de Montalt, ressegueixen diferents carrerons i places que conviden al passeig com el carrer Mongia i Major.	Públic	No hi ha itinerari turístic per l'interior de la vila i les torres són privades perquè estan aferrades a masies. Poca activitat comercial. Creació d'itinerari i interpretació.
Església parroquial de Sant Vicenç. L'obús a la façana	Església de finals del s. XVI. El 1936 van ser cremats els magnífics retaules. A la façana es conserva un obús, evidència dels bombardejos que ocorregueren durant la guerra civil. La pàgina web de benvingut al Maresme no l'esmenta. La pàgina web de l'ajuntament testimonia la seva existència, però no el contextualitza.		És un punt molt cèntric el poble, ideal per començar un recorregut cultural si es desenvolupa més enllà d'una curiositat. Interessant sobretot perquè és evidència que durant la guerra hi va haver més que ambaixades.
Parc dels Germans Gabrielistes i torre de Can Valls	Parc de quatre hectàrees amb arbres centenaris, alguns portats pels germans des de les seves missions. La torre de guaita Can Valls, del segle XVIII, ha estat totalment restaurada i és visitable prèvia reserva. També hi ha un petit llac amb ànecs, àrea de pícnic i una esplanada que pot servir d'escenari, amb bones vistes. El parc és un excel·lent mirador de la Mediterrània. El parc uneix el dalt i el baix del poble. Està al costat d'una escola. El parc té una història tràgica, que podria formar part d'una ruta de la guerra civil. La pàgina web esmenta el parc tangencialment en l'entrada de la torre de Can Valls.	Públic.	El parc requereix una mica més de manteniment. Aparcament gratuït a prop. Es fan visites a la torre de Can Valls prèvia reserva. Té una guingueta i una esplanada que s'utilitza com escenari on poder fer actuacions.
Cases Modernistes al Passeig	Destaquen Can Sans, Can Soler, Can Descamps. Casa ..., Can Buixó, Can Pol, Can Llei. Can Pellicer (va ser ambaixada de Suècia).	Privades	Encara que privades no estan posades en valor.

2. El punt de partida

2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt

	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Torres de Guaita a Sant Vicenç	<p>Torre de can Valls, és una torre de defensa circular restaurada i visitable que estava adossada al convent dels gabrielistes fins a la seva demolició. Torre de guaita del segle XV en l'actualitat adossada a una masia que va pertànyer als Saurí i després als Brunet.</p> <p>Als segles XVI i XVII servien de defensa contra els corsaris del Mediterrani.</p>	Privat Pública	La torre de Can Saurí no es pot visitar estar en terreny privat, però la torre de Can Valls ja es promociona i s'inclou en propostes culturals.
Passeig del Marquès de Casa Riera	El passeig marítim del municipi de quasi un kilòmetre i mig alberga el passat modernista de la vila, construccions de la burgesia catalana de finals del XIX i el XX. En moltes ocasions no és coneguda pel seu nom i es confon amb el passeig dels Anglesos.	Pública	És un dels recursos principals de la vila i de Les 3 viles. Espai de passeig a valorar amb la seva història.
Glorieta del Turó del Balís	La Glorieta del turó del Balís és municipal, no està ben geolocalitzada Referent històric: la batalla al Turó del Balís, que durant la guerra civil va durar tres dies.	Pública	La Glorieta està abandonada.
Personatges, històries i llegendes	Descripció	Observacions i millores	
La Guerra Civil	<ul style="list-style-type: none"> - Les Ambaixades. Suècia, Xile... - Les cases on van estar el president de la República Azaña (Vila Blanca) i el seu seguici. - L'obús de l'església. - Els refugiats als Gabrielistes i l'afusellament. - Refugiats que venien de Madrid per escapar en vaixell. 	Hem llistat una sèrie d'esdeveniments històrics entre els quals hem de triar aquells que es puguin explicar més fàcilment. Ajudes visuals són molt desitjables i considerem posar atenció als més rellevants. El Consell Comarcal està treballant la Guerra Civil i està realitzant diferents intervencions	

2. El punt de partida

2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt

Personatges, històries i llegendes	Descripció	Observacions i millores
El Modernisme i l'Estiueig	Sant Vicenç també va rebre l'atenció dels burgesos barcelonins noucentistes en les seves platges i conserva algunes de les mansions, algunes en el passeig. Tenir aquestes evidències sempre ajuden a contar un relat interessant.	Mentre que és cert que cada poble promou el modernisme que té, no tots els municipis conserven igual de bé els seus vestigis. Sant Vicenç conserva el seu patrimoni, quasi tot en mans privades.
Carme Martí Riera	Modista oriünda de Sant Vicenç que va ensenyar a moltes dones de la vila a confeccionar. Famosa mundialment pel mètode de confecció Martí, que duu el seu nom.	
Toni Sors	Va ser un dels catalans que van culminar l'Everest el 1985. Nascut a Sant Vicenç	El pavelló d'esports porta el seu nom.
Milans del Bosch	La nissaga dels Milans del Bosch es troba documentada a Sant Vicenç de Montalt des del segle XV. Francesc Milans del Bosch va ser defensor del Maresme en la guerra del francès i el general Jaume Milans del Bosch, conegut tristament per a la seva participació en el 23F.	

2. El punt de partida

2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt

Entorn Natural	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Cim del Montalt- Els tres turons -Serralada del Litoral	<p>El Montalt té 595 metres d'altitud, n'és el punt més elevat del municipi. Mirador del Mediterrani i del Parc del Corredor, referent. Camins per l'entorn natural de Sant Vicenç de Montalt, ideals per fer senderisme i rutes en BTT.</p> <p>Popularment, es coneix com els tres turons: el Montalt i el Turó del mig i el del Vila negra.</p>	Pública	Millorar la senyalització, començament de totes les rutes. Es troben en sortides a l'est i a l'oest de la vila, on connectem amb l'entorn natural de Sant Vicenç. Sobretot la de l'oest, que connecta amb el carrer major.
La Platja de Sant Vicenç de Montalt	Sant Vicenç té l'extensió més gran de platja d'entre Les 3 viles. És una única platja, però és d'1,3 quilòmetres. Amb aparcament propi tot l'any i tots els serveis en temporada d'estiu. Compromís Biosphere.	Pública	És la zona de passeig per excel·lència i zona ideal per la col·locació d'una oficina de turisme.
Altres espais i parcs urbans	Sant Vicenç destaca també pels parcs urbans, tots amb zona infantil i alguns amb àrea de pícnic: Parc de la Riera d'en Gorg, Parc de Can Boada Parc dels Germans Gabrielistes, Parc del Terral - Riera del Gorg Parc del Passeig dels Pins.	Pública	El més destacable és el dels Germans Gabrielistes, un parc d'interès per la seva vegetació i història.

2. El punt de partida

2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt

Equipaments esportius	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Golf Sant Vicenç	<p>Camp de Golf de 18 forats, amb vistes al mar, i gestió comercial (no té socis). Ofereix abonaments anuals segons serveis. Amb diferència del Golf de Llanerers, és un golf més comercial amb preus més assequibles.</p> <p>La Casa Club disposa de 2 sales fins a 20 assistents. El Restaurant, gestionat per una altra empresa, té una sala per a 80 comensals i ofereix sales privades per a dinars d'empresa. Té un aparcament amb capacitat per a 80 vehicles.</p> <p>La clientela principal prové de Barcelona en un 60 %, un 30% del Maresme i l'últim 10 % del poble o segones residències. El turisme internacional està mort des de la pandèmia, però s'han comptabilitzat alguns turistes francesos. Tenen acords amb hotels que els ofereixen el camp. La principal motivació és el preu i que no hagin de ser socis per jugar.</p> <p>Tenen un acord comercial amb una empresa que els hi portarà la representació per millorar l'aspecte comercial: <i>NGM Golf & Sports Consulting</i></p> <p>No recomana hotels i no està en contacte amb habitatges d'ús turístic, ja que tenen un problema de gestió del transport.</p>	Privada	<p>Disposats a treballar amb altres negocis privats. Volen resoldre el tema d'allotjament i el transport principalment.</p> <p>Recomanen la figura d'una persona que ajudés a les empreses a fer acords comercials.</p>
HCP1- Pitch and Putt. Escola de Golf Sant Vicenç	<p>Pitch&Putt de 18 forats amb camp de pràctiques i escola de golf. Ofereix restaurant, parc infantil, casa club i aparcament. Està molt a prop del Golf Sant Vicenç. El seu client és del municipi i voltants, i de les segones residències. En dies feiners són jubilats, i els caps de setmana gen més jove entre 18-30 anys. Preus assequibles. Les accions de promoció la fan a través de la Federació de Pitch&Putt que són molt actius. Realitzen molts tornejos i a vegades necessiten allotjament que Sant Vicenç i Les 3 viles no poden absorbir.</p>	Privada	<p>El seu interès en el turisme és secundari.</p> <p>Ofertes esportives complementàries com la natació o una pista de pàdel. Volen participar en esdeveniments gastronòmics.</p>
Altres instal·lacions esportives	<p>Club tenis Turó Blanc, Sorli sport, Camp de futbol de Sant Vicenç de Montalt Pavelló Municipal Toni Sors, Pistes Municipals de Petanca, skateparc Espai de Kalistenia i slak line en la platja de Sant Vicenç Port Balís, instal·la una base nàutica els estius a Llanerers a tocar a Sant Vicenç.</p>		

2. El punt de partida

2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt

Allotjament	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Hotel Restaurant Montaltmar	Hotel ubicat l'avinguda de Montaltmar, a cinc minuts de la platja de Sant Vicenç i completament renovat en 2009. Compta amb sis habitacions dobles. Restaurant de dijous a diumenge. Jardí amb piscina i solàrium.	Privat	9,4 a Booking. 4,5/5 a TripAdvisor. Web no responsive, sense informació de l'entorn, ni en idiomes. 4,4 a Google Maps.
Hotel rural Can Mora de Dalt	Masia del segle XV rehabilitada per servir d'hotel rural. Compta amb 11 habitacions, una piscina, un jardí i un bar. Sense servei de cuina propi, però amb molts restaurants propers disponibles i contractació d'un servei de restaurant durant els mesos d'estiu. Adaptat per esdeveniments de petita o mitjana grandària. Es promocionen per la celebració de bodes i vacances de parelles.	Privat	Moltes "reviews" remarquen la seva posició privilegiada, serveis i barreja d'antiguitat i novetat donat que l'hotel es va obrir en 2008. Web inspiradora, no dona informació de l'entorn. 4,4 a Google Maps.
Habitatges d'ús turístic	El llistat de la generalitat és de 141 HUT. Segons dades de l'INE agost de 2021 en els portals de venda hi havia 72 establiments, que representen 544 places amb 7,56 de mitjana. Varietat important de tipologia d'HUT, trobem des de propostes més econòmiques en apartaments fins a vil·les de luxe.	Privat	És rellevant conèixer l'oferta d'HUT per poder-la tenir en compte com oferta d'allotjament disponible. Es recomana tenir una normativa al municipi per regular el creixement i ubicació.
Esdeveniments i festes			
El Nadal de Sant Vicenç de Montalt. Fira de Nadal	Les festes de Nadal a Sant Vicenç es duen a terme moltes activitats. Destaca la cavalcada de Reis, la Fira de Nadal, l'Exposició Llar del Pessebre i el Pessebre monumental i altres figures impulsada per l'associació d'Amics dels Pessebres de Sant Vicenç de Montalt.	Públic	És considerat la proposta nadalenca més atractiva de Les 3 viles.

2. El punt de partida

2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt

Esdeveniments i festes	Descripció	Propietat	Observacions i millores
Festa Major de Sant Vicenç de Montalt	La Festa Major d'estiu se celebra en honor a la Mare de Déu de l'Assumpció, el 15 d'agost. Comença normalment uns dies abans oferint propostes culturals, d'oci i esportives. Festa Major d'hivern se celebra al gener.	Públic	Considerar fer una adaptació en idiomes per a visitants, sobretot la d'estiu.
Gastronomia			
Carquinyoli de Sant Vicenç en vies de recuperació	L'Ajuntament vol recuperar el carquinyoli de Sant Vicenç, recuperant la recepta amb la col·laboració de pastisseries i forns de la localitat.	Privat amb promoció pública.	S'ha sol·licitat subvenció a la Diputació de Barcelona per portar-ho a terme 2022-23
Oferta de restaurants	Bona relació de restaurants al municipi de bona en qualitat en termes generals.	Privat	Baixa presència en els webs de TripAdvisor i The Fork. Més presència en Google Maps.
Jornades Gastronòmiques	Al passat s'havia participat en diferents jornades gastronòmiques com la de la maduixa, el tomàquet i la patata. La patata és el producte tradicional a Sant Vicenç, en l'actualitat no es produeixen, però té un relat interessant a la localitat.	Públic	Sembla que la patata és el més popular, potser per tradició.
Entitats i associacions	Associació de restauració: Recentment, ha estat reoberta com a part de l'Associació de comerç. Entitats molt col·laboradores: Montaltrek (Associació Excursionista Sant Vicenç de Montalt), Club Ciclista Xurribikers, Amics dels Pessebres de Sant Vicenç de Montalt. Associació de Gent Gran "Els Xurravins".	Privades	Aliats per a portar a terme diferents esdeveniments, culturals, esportius i gastronòmics.

2. El punt de partida

2.3 Recursos i atractius turístics de Sant Vicenç de Montalt

Geolocalització de recursos naturals cultural i esportius en Google My Maps

The screenshot shows a Google My Maps interface for the area of Sant Vicenç de Montalt. The map displays various locations marked with colored pins. The left sidebar provides a detailed list of these resources, categorized into three groups:

- Recursos Culturals** (Cultural Resources):
 - Torre de Can Valls
 - Hotel Castell De L' Oliver
 - Casal de Cultura
 - Can Brunet
 - ... 18 más
- Recursos Naturals i parcs** (Natural Resources and Parks):
 - Turó del Montalt
 - Riera de Sant Vicenç
 - Turó de l'Oriola
 - Platja del Balís
 - ... 6 más
- Recursos Esportius** (Sports Resources):
 - Sant Vicenç de Montalt Golf Club
 - Pitch and Putt Handicap 1
 - Club de Tennis Turó Blanc
 - Sorli Sport

The map itself shows the coastline of Sant Vicenç de Montalt, with the Mediterranean Sea to the south. Key locations like Turó del Montalt, Santa Rosa dels Pins, Torrentbó, and El Balís are visible. The map also shows major roads like the C-32 and C-59, and various bus stops.

2. El punt de partida

2.4 Els principals atractius de Les 3 viles. La nostra selecció

Les 3 viles, una destinació completa que compartim



Les platges de Les 3 viles



Fundació Palau-Picasso/ Cultura



Port Balís, Club nàutic, Base nàutica.
Esports i activitats nàutics



Productes locals / Fires Gastronòmiques



Entorn Natural i esports a la natura



Aigua termal de Caldetes i els Banys termals
vora el mar



Golf i Pitch&Put



Nuclis antics de Les 3 viles



Relats: L'estiuieg burgès i la Guerra Civil

2. El punt de partida

2.4 Els principals atractius de Les 3 viles. La nostra selecció

Les 3 viles, una destinació completa que compartim



Uns 4 km de passeig marítim amb història



Apartaments i Vil·les prèmium



Petits grans hotels



Restaurants i guinguetes

2. El punt de partida

2.5 Valoració dels recursos

Valoració segons el Pla de màrqueting de la província de Barcelona

La valoració dels recursos per part de la Diputació de Barcelona en el Pla de màrqueting de la província de Barcelona realitat el 2017, encara vigent, és la següent:

- Destaca com a **producte estrella** de la província: les **platges de la Costa Barcelona**
- **Productes A del Maresme** relacionats amb Les 3 viles són quatre
 - **Fundació Palau-Picasso**
 - **Oferta de Ports Esportius.**
 - **Calendari de Jornades Gastronòmiques**
 - **Parc Serra Litoral - Parc del Montnegre i el Corredor (connectat amb la serra de Marina)**
- **Productes A del Maresme**
 - *Parc Serra de Marina*
 - *Iron Man Costa Barcelona-Maresme (Calella)*
 - *Faro de Calella*
 - *Destinacions de Turisme Esportiu Calella i Santa Susanna*
 - *Platges en família: Calella, Santa Susanna, Malgrat i Pineda*
 - *Vies Braves (itineraris)*
 - *Modernisme: Puig i Cadafalch i Domènec i Montaner.*
 - *Bodegues i Caves (Do Aleia)*

2. El punt de partida

2.5 Valoració dels recursos

Google Travel

Per conèixer l'opinió del que ens visiten, així com, poder valorar la nostra presència a internet. Utilitzarem dues fonts: Les dades que ens aporta els serveis de Google Travel (basat en informació existent a Google i Google maps), i finalment, la nostra presència en la web més important d'opinió de viatgers que és TripAdvisor.

Els recursos més visitats segons Google Travel de Les 3 viles són:

Les platges:

- **Platja de Sant Vicenç de Montalt amb 2027 ressenyes i una puntuació de 4,3.**
- **Platja de les Barques de Llanereres amb 1.240 ressenyes i 4,2 de valoració**
- **Platja els Tres Micos de Caldetes amb 724 ressenyes i 4,3.**

Seguit de:

- **Parc de Can Muntanyà, 230 ressenyes i un 4,2**
- **Ca L'Alfaro, 305 ressenyes i un 4,2**
- **Fundació Palau amb només 45 ressenyes, però amb un 4,8 de puntuació.**

Els altres recursos recomanats no són de Les 3 viles i hi ha absències notables com els golfs i el Port Balís, per exemple.

San Andrés de Llanereres

Lugares más visitados
Según las visitas de los viajeros y la información local

Localització	Valoració	Resenyes
Platja de les Barques	4,2	1.240
Museo Archivo de Sant Andreu de Llanereres	4,4	33
Roque del Abuelo	4,8	25
Parque Joaquín Passi	4,4	305
Platja De l'Estació	4,0	13
Ca L'Alfaro	4,2	305
Jardines De Can Caralt	4,2	20

2. El punt de partida

2.5 Valoració dels recursos

Google Travel

Caldes d'Estrac

Lugares más visitados

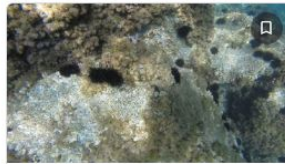
Según las visitas de los viajeros y la información local



Platja de La Musclera

4,3 ★★★★★ (1.400)

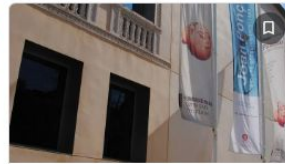
Playa



Playa de los Tres Micos

4,3 ★★★★★ (727)

Playa



Fundació Palau

4,8 ★★★★★ (45)

Pablo picasso y arte



Parc de Can Muntanyà

4,2 ★★★★★ (230)



Casa Ugalde

4,4 ★★★★★ (7)



Parque de Can Jalpi

4,4 ★★★★★ (918)



Parque del Montnegre y el Corredor

4,5 ★★★★★ (2.768)



Platja de la Riera

4,3 ★★★★★ (335)

Playa



La Torre Verda

4,3 ★★★★★ (4)

Sant Vicenç de Montalt

Lugares más visitados

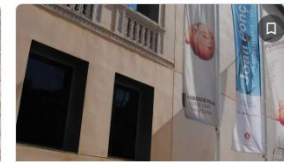
Según las visitas de los viajeros y la información local



Platja de La Musclera

4,3 ★★★★★ (1.400)

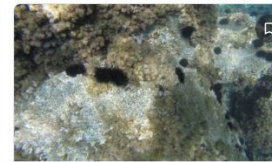
Playa



Fundació Palau

4,8 ★★★★★ (45)

Pablo picasso y arte



Playa de los Tres Micos

4,3 ★★★★★ (727)

Playa



Parque del Montnegre y el Corredor

4,5 ★★★★★ (2.768)



Parque de Can Jalpi

4,4 ★★★★★ (919)



Playa de San Vicente de Montalt

4,3 ★★★★★ (2.045)



El Corredor

4,7 ★★★★★ (18)



Parc de Can Muntanyà

4,2 ★★★★★ (230)



Torre de Can Valls

4,7 ★★★★★ (3)

Historia

2. El punt de partida

2.5 Valoració dels recursos

Perfil empresa en Google maps (abans Google my Business)

Si observem les valoracions directament a Google Maps, destaca el Port Balís amb molta distància de la resta. Seguit del Club de Golf Llanereres i Banys termals, tots amb puntuacions similars.

	Ressenyes (18/03/2022)	Puntuació (18/03/2022)
Port Balís	1.282	4,2
Club nàutic Balís	415	4,3
Club de Golf Llanereres	413	4,2
Banys termals i l'aigua	377	4,2
Sant Vicenç de Montalt Golf Club	338	4,4
Parc dels Germans Gabrielistes	177	4,5

Dades: 18 de març

2. El punt de partida

2.5 Valoració dels recursos

TripAdvisor

Quan observem les recomanacions de què fer a cada una de les localitats trobem pocs atractius i poc valorats. La millor representació de propostes és Caldes d'Estrac, que recomana els recursos principals. A continuació reproduïm les quatre recomanacions principals.

Caldes D'Estrac	Ressenyes (18/03/22)	Puntuació (18/03/22)
Banys termals	58	4/5
Platja dels Tres Micos	28	4,5/5
Fundació Palau	42	4/5
Passeig dels Anglesos	4	4/5

Sant Andreu de Llavaneres	Ressenyes (18/03/22)	Puntuació (18/03/22)
Club de Golf Llavaneres	28	4,5/5
Jardins Joaquim Passí	12	4,5/5
Museu Arxiu de Sant Andreu de Llavaneres	10	4/5
Ca l'Alfaro	9	3,5/5

2. El punt de partida

2.5 Valoració dels recursos

TripAdvisor

Sant Vicenç de Montalt	Ressenyes (18/03/22)	Puntuació (18/03/22)
Golf Sant Vicenç de Montalt	32	4/5
Platja de Sant Vicenç de Montalt	17	4/5
Parc dels Germans Gabrielistes	11	3,5/5
Torre de Can Valls	6	2,5/5

2. El punt de partida

2.5 Valoració dels recursos

Valoració a través de la metodologia UCVE

Finalment, realitzem una valoració dels principals recursos turístics per a un mercat genèric i recursos ninxo, tenint en compte els següents criteris:

- **Únic:** el recurs és diferencial en alguna característica.
- **Conegut:** grau de coneixement per part dels principals mercats turístics meta (nacional i internacional).
- **Valor:** importància relativa respecte a altres recursos de la seva mateixa categoria.
- **Entorn:** Desenvolupament de l'oferta turística, qualitat de l'entorn i existència de recursos pròxims.

La puntuació de cada criteri va d'una escala de l'1 al 5 (de menys a més valor).

Recursos turístics	Únic	Conegut Nac/Interna.	Valor	Entorn	Total Nacional	Total Internacional	Conclusió
Fundació Palau	4	2/1	4	4	12	11	Estrella. Manca promoció nacional i internacional. Gestió de preus i comercialització. Millora d'experiència
Passeig marítim	3	4/2	4	4	15	13	Un gran passeig que ha conservat en moltes parts el passat de les cases burgeses. Amb una oferta de restaurants variada. Ha de ser cuidat i en contínua valoració.
Platges de Les 3 viles	3	4/3	4	4	15	14	Són els recursos més valorats pels visitants, combinades amb el passeig marítim amb les cases d'estiueig, les guinguetes i els restaurants.
Port Balís	4	4/2	4	3	15	13	El Balís és un port modern, amb ambient de regates, restauració i serveis. El poble queda relativament allunyat per anar a peu.
Golf de Llavanes Golf de Sant Vicenç de Montalt	4	4/2	4	3	15	13	Són, juntament amb el golf Terramar de Sitges, els únics que tenen vistes al mar en la Costa Barcelona. Molt a prop de Barcelona i amb orientació comercial, principalment de Sant Vicenç de Montalt.

2. El punt de partida

2.5 Valoració dels recursos

Valoració a través de la metodologia UCVE

	Únic	Conegut Nac/Interna.	Valor	Entorn	Total Nacional	Total Internacional	Conclusió
Aigua termal de Caldetes i els Banys termals vora el mar	4	3/1	3	4	14	12	És un dels valors diferencials de Caldes d'Estrac, s'ha de continuar apostant per millorar l'oferta i la seva qualitat.
Vil·les exclusives prèmium	3	4/3	4	4	15	14	
Nuclis antics de Les 3 viles	2	2/1	3	2	9	8	Necessiten posar-se en valor. En termes genera dinamització comercial. Principalment en el cas de Sant Vicenç de Montalt, tenint un nucli antic ben conservat.
L'estiueig burgès Guerra civil	3 3	2/ 4/2	3 3	4 3	13 13	8 11	S'ha d'invertir perquè el relat es converteixi en producte
Entorn Natural	2	2/	3	3	10	8	Ordenar i promocionar
Museu Arxiu de Llavanes	2	1/	3	3	9	8	Necessita una orientació més turística.

2. El punt de partida

2.6 Preparació turística de la destinació

Connexió i mobilitat interna

Connexions

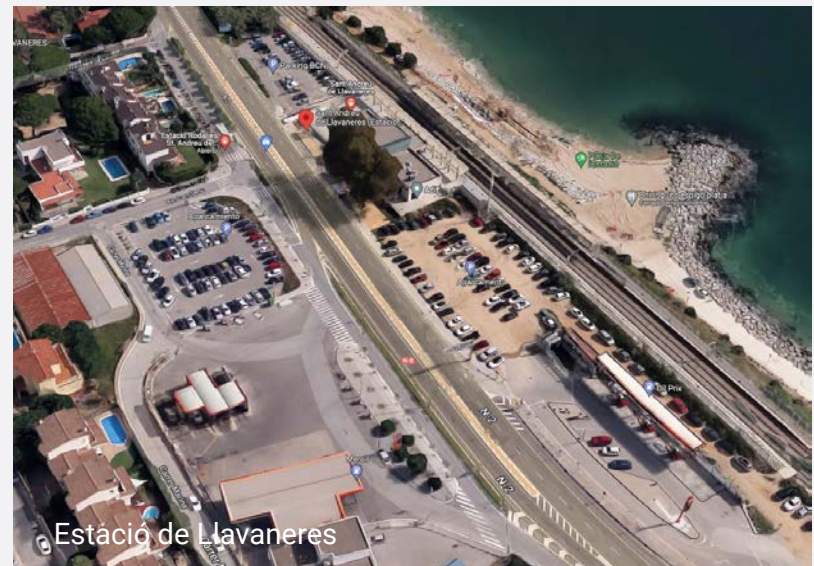
Per rebre visitants i que aquests puguin gaudir de la destinació s'ha d'estar preparat en aquests àmbits:

- **Ben connectats:**

- Per autopista del Maresme, la C-32 sense peatges.
- RENFE rodalies. R1 RG1 Trens cada 6 minuts en hora punta
- Per la nacional II, que travessa els pobles del Maresme

Condicionament i preparació de les portes d'entrada. Les portes d'entrades principals són:

- Estació Caldes d'Estrac. RENFE
 - Parada de bus
 - Petita zona d'aparcament de motos, per a minusvàlids i parada de taxi.
 - Punt 8 de l'itinerari turístic i cultural
 - No hi ha informació turística del municipi
- Estació Sant Andreu de Llavaneres. RENFE
 - Zona d'aparcament àmplia
 - Zona de proveïment de carburant. Benzinerà al costat
 - Parada de bus
 - Parada de taxi
 - Aparcament de bicicletes
 - No hi ha informació turística de cap mena.
- Autopista del Maresme (C-32).
- Per l'antiga carretera N-II.



2. El punt de partida

2.6 Preparació turística de la destinació

Connexió i mobilitat interna

Mobilitat interna entre Les 3 viles

L'empresa Moventis dona servei d'autobús a Les 3 viles, però la connexió i rutes són limitades.

- Ruta amb connexió Mataró-Llavaneres-Sant Vicenç (Autobús interurbà C-20). 3 opcions. Passen cada hora i en cap de setmana cada dues hores
- Ruta de Caldes passant per Sant Vicenç (Autobús interurbà C-21). 3 opcions. De Montalpark a Can Boada, l'opció de Riera de Caldes al Passeig Marítim i Estació, instituts i passeig marítim.
- Ruta per l'interior de Llavaneres (Autobús urbà C-22) 4 opcions.

Segons el sector de l'allotjament, es queixen que no tenen prou freqüència d'autobusos per ser un servei pràctic.

Els punts claus de connexió per al visitant són entre els atractius principals, punts de concentració de visitants i portes d'entrada (RENFE) Aquesta és una de les majors deficiències pel visitant per la connexió entre Les 3 viles. Però, en canvi, sí que Llavaneres té una bona connexió amb la C22 el Port Balís i el Golf de Llavaneres, per exemple.

Els tres municipis tenen una connexió interna; això no obstant, no estan tan bé comunicats entre ells. Per arribar a Caldes des de Llavaneres has de fer un transbord obligatòriament. Les aturades de la C 21 i la C22 no connecten.

La connexió natural de Les 3 viles es produeix a través del Passeig marítim, que forma part de la Via Marina del camí de Sant Jaume. En l'actualitat no hi ha carril de bicicleta, hi ha un projecte finançat per fons europeus que estudia la realització d'un carril cicloturístic, però que necessita els estudis pertinents.

Altres opcions de mobilitat

- Estudiar un carril bici d'unió entre els tres municipis circular que no sigui només pel passeig.
- Problemes de connexió a peu i en bicicleta entre el nucli del poble de Sant Vicenç i la part Baixa. No hi ha un camí segur i tranquil com el Camí de la Riera de Llavaneres.

Està atents als projectes de mobilitat sostenible del Maresme finançat pels Next Generation, veure apartat de Sostenibilitat.

2. El punt de partida

2.6 Preparació turística de la destinació

Senyalització i geolocalització

- Encara que no és motiu del projecte una anàlisi de la senyalització turística. En termes generals hi ha hagut un esforç en la senyalització d'itineraris d'interpretació dels recursos turístics dels municipis, però hi ha una deficiència la senyalització d'orientació dels atractius principals. En el cas de Sant Vicenç de Montalt la feina és més important a fer.
- És necessari fer una neteja de senyalització antiga i obsoleta, sobretot en Caldes d'Estrac.
- No s'aprofita els llocs de pas, portes d'entrada de visitants i recursos d'alta demanda com el passeig marítim, per promocionar, informar i orientar al visitant de les activitats i atractius principals dels municipis.
- S'ha de tenir molta cura amb la senyalització i el seu manteniment posterior. Apostem per unificar-la i simplificar-la.
- Les fitxes de perfil d'empresa de Google Maps s'han d'optimitzar per sortir de forma completa als productes de Google, com Google Maps i cercador. En termes generals les empreses i els recursos estan donats d'alta. Però el que respecte als atractius patrimonials i naturals s'haurien de reclamar la propietat, optimitzar les descripcions i fotografies, i en alguns casos, geolocalitzar. Les fitxes claus de Google Maps *ha d'actualitzar-se de forma constant amb els productes, esdeveniments i facilitar la venda. És recomanable en el cas de la Fundació Palau, Museu Arxiu de Llaveneres (indicar web), Oficines de Turisme, els dos perfils del Port Nàutic i Club Nàutic, per exemple.*



2. El punt de partida

2.6 Preparació turística de la destinació

Oficines de Turisme i Pit (punts d'informació turística, programa impulsat per la Diputació de Barcelona)

Caldes d'Estrac:

L'Oficina de Turisme a Caldes d'Estrac està ubicada a la Fundació Palau, al centre del poble. Ha obtingut el Compromís Biosphere. Està correctament identificada i geolocalitzada. Hauria d'estar senyalitzada correctament des dels llocs de major afluència com el passeig marítim. Abans de la pandèmia, l'any 2019, l'Oficina de Turisme va rebre 2.590 visitants durant la temporada d'estiu. L'any 2021, encara amb restriccions sanitàries, es va anar recuperant amb 1.907 visitants. Les previsions per recuperar els visitants durant l'any 2022 són bones. Caldrà observar els nous hàbits de comportament del turista.

Santa Romana Apartments participa en el programa de PIT de la Diputació de Barcelona.

Sant Andreu de Llavaneres

L'Oficina de Turisme de Sant Andreu de Llavaneres, ubicada al passeig de La Riera, a prop de la platja de les Barques, dona servei els mesos de juliol i agost. Considerem que es podria millorar la ubicació per incrementar el nombre de visitants, ja que no és fàcilment visible des del passeig i no aprofita el volum de persones

de l'estiu que van a la platja. L'ideal seria que estigués en la zona del passeig - platja. Si no fos possible, hauria d'estar ben senyalitzada des de l'estació de tren i des del Passeig, encara que la gent difícilment es desplaça (s'ha de posar fàcil).

Les dades estadístiques facilitades de l'any 2021, un any pandèmic, només han atès un centenar de persones, una xifra baixa.

Participen dins del programa PIT: Museu Arxiu de Sant Andreu de Llavaneres, Ajuntament de Llavaneres - OAC. Club Nàutic El Balís, Can Masriera.

El PIT del Club Nàutic El Balís, hauria de ser un punt molt més visible i a ser possible més actiu.

Sant Vicenç de Montalt

No té oficina d'informació turística i l'OAC de l'Ajuntament Sant Vicenç de Montalt participa en el programa PIT. Sant Vicenç té la platja més llarga de Les 3 viles i a més és el municipi central. El passeig és un punt estratègic per situar una Oficina de Turisme a l'estiu que podria donar resposta als tres municipis.

2. El punt de partida

2.6 Preparació turística de la destinació

Capacitat d'acollida de Les 3 viles

El sistema turístic de Les 3 viles té poca capacitat d'acollida, la principal oferta es concentra en HUT (és la més desconeguda), seguit de Cases de Colònies i d'establiments hotelers.

Estimació de places d'establiments hotelers	Estimació de places Habitatges d'Ús Turístic	
	Segons l'Institut Nacional d'Estadística	Segons les estadístiques de la Generalitat i capacitat estimada de l'INE
Al voltant de les 370 places* (la majoria en Caldetes)	1616	2892
Cases de colònies Dues cases de colònies una a Llavaneres i una altra a Caldetes		

**Inclou l'hostal gestionat per la casa de colònies Eurostage de Caldes d'Estrac, i no està contemplat les suites d'Apartaments de Santa Romana*

És important destacar que el Càmping Barcelona es troba a prop de Llavaneres

2. El punt de partida

2.7 El producte turístic i la seva promoció

El producte turístic consisteix en un conjunt de recursos naturals i humans, amb capacitat d'atracció, que es complementa amb un equipament de suport i és promogut per a la seva venda efectiva.

En l'actualitat cap dels tres municipis té un sistema efectiu de producte, promoció i facilitador de la venda

Caldes d'Estrac, en el moment de la redacció del projecte, té com a objectiu crear una web de turisme en diferents idiomes, que milloraria la situació actual.

En el cas de Sant Vicenç de Montalt i Sant Andreu de Llavaneres, tenen un apartat turístic en el web municipal que es va actualitzant, però no és inspirador ni atractiu.

No faciliten informació en diferents idiomes actualitzada, això dificultat estar en portals web de referència que es nodreixen d'informació local online existent en diferents idiomes, com potser Google i TripAdvisor, entre d'altres. S'utilitza el traductor Google Translate en els webs de Llavaneres i Caldetes. En el cas d'un web turístic no és el més recomanable, no només per les traduccions, sinó perquè tampoc millorem en posicionament SEO, és bo tenir «URL dedicada» amb indicador d'idioma, entre altres aspectes.

La seva presència en webs d'inspiració turística és molt baixa, poc actualitzada i poc inspiradora. Tant siguin les públiques com el Consorci del Maresme, com de Barcelona Molt més, Catalunya.com i Spain Info (informació desfasada), com les plataformes tant d'opinió de viatgers, reserves d'allotjament i experiències, com per exemple: TripAdvisor, Google Travel, Airbnb, Booking, Catalunya Experience, etc.

Les referències normalment són de les platges, camps de golf i la Fundació Palau (sense mencionar de primeres a Picasso com a reclam), però hi ha llocs que no està referenciat. Sense tenir en compte els establiments d'allotjament.

En les imatges següents mostrem que és el que recomana com imprescindibles TripAdvisor dels 3 municipis. Com podem observar la informació no és la més encertada.

2. El punt de partida

2.7 El producte turístic i la seva promoció

Imprescindibles en Caldes d'Estrac

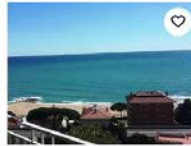
Haz cosas

Lugares que visitar, formas de perderse y experiencias únicas.

[Ver todas](#)



Platja dels Tres Micos
★★★★★ 28
Playas



Parc de Can Muntanyà
★★★★★ 24
Jardines



Fundació Palau
★★★★★ 42
Museos especializados

Alójate

Una mezcla de encantador, moderno y fiable.

[Ver todas](#)



Dynamic Hotels
★★★★○ 140



Caldescans Bed&Breakfast
★★★★★ 37



Hostal Romani
★★★★○ 17

Imprescindibles en Sant Vicenç de Montalt

Haz cosas

Lugares que visitar, formas de perderse y experiencias únicas.

[Ver todas](#)



Parque de Los Hermanos Gabrielistes
★★★★○ 11
Jardines, Parques



Biblioteca La Muntala
★★★★★ 3
Bibliotecas



Iglesia de San Vicente
★★★★○ 4
Iglesias y catedrales

Alójate

Una mezcla de encantador, moderno y fiable.

[Ver todas](#)



Montaltmar
★★★★★ 57



Can Mora de Dalt
★★★★★ 18



Dynamic Hotels
★★★★○ 140

TripAdvisor ens recomana de cada municipi els següents recursos, en alguns casos de segona categoria en el Cas de Llanerers i Sant Vicenç de Montalt. No apareixen ni les platges, el Passeig, ni els golfs ni el Port Balís.

Imprescindibles en Sant Andreu de Llaveneres

Haz cosas

Lugares que visitar, formas de perderse y experiencias únicas.

[Ver todas](#)



Jardins Joaquim Passi
★★★★○ 12
Jardines



Museu Arxiu de Sant Andreu de Llaveneres
★★★★○ 10
Museos especializados



Biblioteca Municipal
★★★★★ 4
Sitios educativos

Alójate

Una mezcla de encantador, moderno y fiable.

[Ver todas](#)



Hostal Santa Gemma
★★★★○ 7



Montaltmar
★★★★★ 57



Can Mora de Dalt
★★★★★ 18

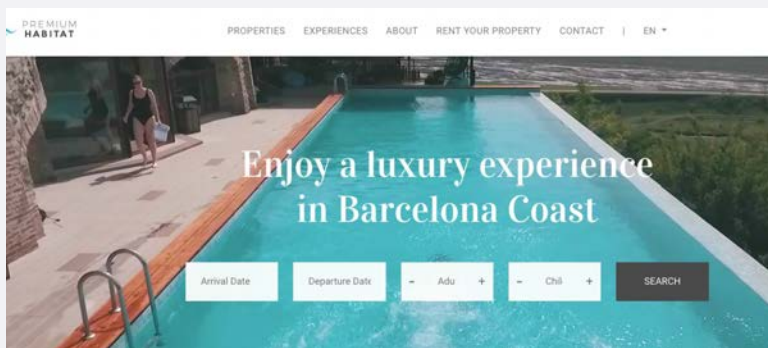
2. El punt de partida

2.7 El producte turístic i la seva promoció

Són les immobiliàries, els establiments hotelers i les empreses de lloguer d'apartaments els que promocionen de forma més clara la destinació de Les 3 viles. En el cas d'immobiliàries venen la zona com lloguer exclusiu i prèmium.

Els establiments hotelers, casa de colònies i comercialitzadores de vil·les i apartaments turístics són els que ofereixen diferents productes amb pernoctació.

Destaquen les propostes de l'hotel Dynamic, que vol especialitzar-se en turisme esportiu aprofitant el posicionament del Maresme, l'agència Premium habitat que comercialitza HUT de "luxe" amb diferents propostes d'experiències per a inspirar.



Les empreses d'activitats complementàries, en algun cas, ofereixen altres activitats o allotjament, que a vegades no són de Les 3 viles.

De forma resumida les principals empreses que promocionen la destinació a part del seu producte són:

- **Balneari de Caldes d'Estrac.** Recomana establiments hotelers de Caldes d'Estrac i Sant Vicenç de Montalt. Web en 6 idiomes.
- **Golf de Llaveneres.** Web en 4 idiomes. Recomana hotels de 4 estrelles, oferint alguna vil·la de luxe dels voltants.
- **La Fundació Palau.** De manera poc visible proposa diferents activitats per a grups:
 - Combinació: Picasso i el Termalisme.
 - Visites guiades: Caldes d'Estrac, poetes, personatges i llegendes. 2 hores i el seu preu és de 180 € màxim 15 persones.
 - Caldes d'Estrac, perla de poetes.
 - Propostes pel diumenge en família. Web en català.
 - No hi ha propostes en altres idiomes.

2. El punt de partida

2.7 El producte turístic i la seva promoció

El web del Port Balís - Club nàutic, cnelbalis.com està dirigida principalment als socis.

Les altres activitats que ofereix l'espai del Port es troben geolocalitzats en un mapa: els restaurants, lloguer d'embarcacions i submarinisme. No hi ha informació d'establiments d'allotjament a la zona. Web en 4 idiomes i xarxes socials.

Altres empreses d'activitats identificades d'interès:

- Bababa.cat: lloguer d'embarcacions
- Venturi Jets Motos Aquàtiques
- Posidonia Dive, submarinisme

El Golf de Sant Vicenç de Montalt no promoció l'entorn i la destinació. Ofereix una Web en 4 idiomes.

El Museu Arxiu de Llavaneres, té una web que no ofereix altres propostes de la destinació o de Les 3 viles, no està en altres idiomes.



Finn World Masters © Laura Carrau / CN El Balís

2. El punt de partida

2.7 El producte turístic i la seva promoció

Itineraris i rutes al teu aire

Sant Vicenç de Montalt

Promociona les següents rutes a través d'un fulletó de PDF, no estan senyalitzades ni geolocalitzades, aquestes són:

- **Culturals**
 - **Itinerari: Centre Històric**
 - **Itinerari els Alocs, de la riera de caldes al Montalt**
 - **Itinerari: Sant Vicenç i el seu entorn**
- **Entorn natural**
 - **El món del xurraví:** ocell amb el qual s'identifiquen els santvicentins i santvicentines.
 - **Ull de serp:** Itinerari per descobrir el rocam que ens envolta.
 - **Tast de paisatge:** passejada sobre el paisatge alimentari i reconeixement d'elements comestibles que podem trobar al voltant de Sant Vicenç.
- **A través de l'app Natura Local** s'han dissenyat les següents rutes. És una bona eina, però s'hauria de revisar l'estat actual.
 - **Rocs del Moro**
 - **El remei,** a peu i en bicicleta
 - Cim de Montalt, A peu
 - **Passeig Marquès de Casa Riera,** es proposa per fer en BTT.
 - **Ruta pels torrents de Sant Vicenç de Montalt,** en BTT
- **Rutes gamificades:**
 - Gymkanaturística.com, joc de descoberta a través del mòbil. L'estiu de 1963 i Guardians del cel, en quatre idiomes.

Sant Andreu de Llavaneres

- **Cultural**
 - **Ruta Modernista,** ruta senyalitzada amb panells informatius en quatre idiomes. Hi ha disponible un fulletó en català i més informació en català.
 - **Rocs de Sant Magí,** interpretació de l'assentament neolític en català.
- **Natural**
 - **Ruta de les viles Florides.** Existeixen dos trams que uneixen dotze espais i parcs. Senyalització d'identificació, els acompanya una explicació en català i els serveis (font, pícnic, jocs infantils). Es disposa d'un fulletó.
 - **Ruta dels Rocs,** integrada en la xarxa de mobilitat de Barcelona, s'integra la ruta dels rocs, una selecció de 20 rocs més emblemàtics.
- **Rutes saludables** senyalitzades mitjançant fites de seguiment. Hi ha tres rutes a peu i tres rutes BTT
 - A peu
 - **Ruta modernista:** comença a l'Ajuntament i finalitza al Parc de Ca l'Alfaro (1,5 quilòmetres, durada aproximada de 20 minuts).
 - **Ruta del Balís:** 2,75 quilòmetres, 32 min.
 - **Ruta de Sant Pere-Can Sangç:** 3,35 quilòmetres i 40 min.
 - En BTT: infantil, familiar i avançada
- **Rutes gamificades:**
 - Gymkanaturística.com, joc de descoberta a través del mòbil. El tresor d'un rei, en català i castellà.

2. El punt de partida

2.7 El producte turístic i la seva promoció

Itineraris i rutes al teu aire

Caldes d'Estrac

- **Cultural**
 - **Itinerari turístic i cultural**

Consta de 16 punts amb panells informatius pels recursos més rellevants del municipi, que van des del nucli antic al passeig dels anglesos fins al Parc Muntanyà.
- **Rutes gamificades:**
 - Gymkanaturística.com. Format online. Joc de descoberta a través del mòbil. A la recerca de les aigües encantades, en quatre idiomes.

Iniciatives conjuntes de Les 3 viles

- **Ruta de Les 3 viles**, Actualització de la senyalització de la ruta integrant-la en la xarxa de camins. La ruta de Les 3 viles, ja no serà circular. En realització el tram de Sant Andreu de Llavaners incorporant la ruta dels Rocs.
- **Via Marina del Camí de Sant Jaume**, pel passeig marítim
- **Rutes gamificades**

En elaboració. **Un passeig al passat de Les 3 viles.** Itinerari autoguiat a través d'imatges antigues i que has de resoldre un enigma final. Format paper i suport web.



2. El punt de partida

2.7 El producte turístic i la seva promoció

Itineraris i rutes al teu aire a través d'altres entitats

Costa de Barcelona Maresme, Consell Comarcal del Maresme, web

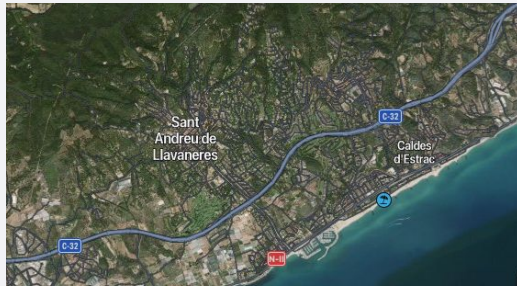
El Consorci de Turisme, amb el suport de la Diputació de Barcelona, ha senyalitzat una xarxa de camins i senders que uneixen totes les poblacions del Maresme i estan disponibles els diferents tracks.



Troblem 5 propostes de ruta a la web oficial del Consell Comarcal del Maresme.

- Track 8: Caldes - Arenys de Munt - Dosrius
- Track 1: Montgat - Tordera
- Track 26: Les 3 viles
- Track 9: Sant Andreu de Llavanes- GR 83
- Track 27: Sant Vicenç de Montalt - el Montalt
- Via Marina. Camí de Sant Jaume. Etapa 4 de Sant Pol de Mar a Mataró.

Es poden realitzar derivades locals a partir d'aquesta xarxa de camins.



• Costa de Barcelona Maresme a Wikiloc

Via Marina. Camí de Sant Jaume

- [Etapa 4](#) de Sant Pol de Mar a Mataró - (el camí passa pel passeig marítim de Les 3 viles)

Caldes d'Estrac

- BTT 9 - [Les 3 viles](#)

St. Andreu de Llavanes

- cicloturisme - [Ruta familiar de Sant Andreu de Llavanes](#)
- BTT 8 - [Ruta avançada de Llavanes](#)

No hi ha rutes relacionades amb Sant Vicenç de Montalt.

2. El punt de partida

2.7 El producte turístic i la seva promoció

Itineraris i rutes al teu aire a través d'altres entitats



Parcs del Montnegre i Corredor, Litoral i Marina. Wikiloc

En l'actualitat, **no hi ha rutes recomanades** pel parc natural que es relacionin amb les viles.

La pàgina compta amb 724 seguidors i 52 rutes, gener 2022.

Els municipis de Les 3 viles no estan quasi representants en les propostes dels organismes de promoció supramunicipal, exceptuant el Consorci de Turisme del Maresme.

Barcelona és Molt Més, Wikiloc



Actualment, **no hi ha cap ruta proposada** pel perfil oficial de *Barcelona, és molt més*.

El perfil té un total de 215 rutes suggerides i estandarditzades. 812 seguidors, gener 2022.

Agència Catalana de Turisme, Wikiloc



Ara com ara, s'hi troba una única proposta de ruta en bicicleta de carretera que incorpora 1 vila, en aquest cas Caldes d'Estrac.

- [CPB2](#) Santa Susanna - Calella - Caldes d'Estrac - Santa Susanna.

2. El punt de partida

2.8 La demanda real i potencial

La demanda real

Amb una oferta d'establiments d'hotels baixa, que encara s'ha reduït més amb el tancament de l'hotel Colón durant la pandèmia covid. L'oferta d'allotjament hotelera, que mai havia estat alta, ha perdut un dels seus referents.

Tot i això, l'oferta d'habitatges d'ús turístic ha crescut bastant durant aquests anys i s'ha convertit en la primera proposta d'allotjament. Els HUT s'han professionalitzat cada vegada més, gràcies a l'increment de l'oferta i a l'exigència de la demanada.

Les 3 viles han estat i són municipis amb un model turístic basat en turisme de segones residències d'alt poder adquisitiu (en termes generals) que ha combinat zones residencials luxoses amb altres més modestes. Amb una oferta complementària basada a promoure la relació social en àmbits esportius i d'oci, com el Port Balís i el Golf de Llanereres, principalment. Han fugit del model de turisme de sol i platja més massificat a preus més baixos i basats tradicionalment en la turoperació.

Algunes de les magnífiques vil·les residències s'han convertit en vil·les per llogar, una oferta diferencial i exclusiva que requereix també aquests serveis. Per una altra banda, hi ha propostes més modestes, que d'interès, no afegeixin un valor diferencial al territori.

Aquest és el gruix de la demanda actual, turisme residencial, nous residents i visitants de diferents nacionalitats que venen a Les 3 viles, per la seva tranquil·litat, privacitat, a prop del mar, bona combinació d'oferta esportiva, gastronòmica i a prop de la ciutat de Barcelona.

Poca és la informació que tenim del mercat de Les 3 viles, però ens hem pogut apropar a la demanda a partir de les entrevistes realitzades a l'oferta d'allotjament, al port Balís, els camps de golf, la Fundació Palau, el Pitch&Put de Sant Vicenç i les oficines de turisme.

- **Coincideixen l'oferta d'Apartaments turístics d'ús hotelier i HUT, que els mercats són molt variats, venen des d'Espanya, Alemanya Bèlgica i França. Principalment són parelles i famílies.** Segons la grandària de l'allotjament podem tenir grups familiars grans que també viatgen amb els avis. Principalment, tenen dos motius: **vacacional i esdeveniments esportius.**
- **La casa de colònies** tenen com a públic majoritari els nens d'escoles, esplais que fan les colònies escolar. Un altre col·lectiu són els grups esportius. Condiciona a una de les cases de colònies, que el mínim de persones que han de dormir són deu, per això els hi dificulta donar servei a famílies. En canvi, a vegades omplen per casaments.

2. El punt de partida

2.8 La demanda real i potencial

La demanda real

- Premium habitat (**administrador de finques i gestió immobiliària**) ofereix 25 propietats de Les 3 viles, oferta premium que va des d'apartaments, vil·les i cases. El 90% dels clients provenen d'arreu del món, principalment europeus, són grups de 6 a 20 persones i les estades mínimes són de 5 nits. Són **famílies de perfil econòmic alt**. És destacable que s'han afiliat al programa Prèmium de l'ACT, són poques empreses de la Costa del Maresme que pertanyen a aquest programa, i volen participar per accedir a altres mercats.
- Un dels **establiments hotelers** que s'ha especialitzat en **turisme esportiu** encara que treballa també altres demandes és l'hotel Dynamic, amb 85 places té un client variat. Equips i atletes que es concentren abans d'un esdeveniment o una competició. Ofereixen escapades de cap de setmana esportives. També tenen clients d'empresa per fer d'esdeveniments, així com familiars. A més a més tenen clients de llarga estada i de cap de setmana per igual.
- Una bona part dels **golfistes són excursionistes d'un dia, residents permanents dels municipis o els viatgers** que venen a jugar al golf, però que pernocten en municipis propers.
- Els **regatistes** que venen a participar en una competició, poden venir també a entrenar un temps abans i a competir, cerquen allotjament proper per no perdre temps en desplaçaments.
- Les 3 viles són visitades per **senderistes i ciclistes que provenen de municipis veïns** i que gaudeixen de l'entorn natural.
- Finalment, la **població de proximitat** ha estat sempre un dels públics principals a satisfer, ja que allò que és bo per al local també serà bo per al visitant. A més, en la situació actual de pandèmia, aquest públic de proximitat s'ha tornat prioritari. Ens referim a visitants que provenen de les poblacions i comarques veïnes.

2. El punt de partida

2.8 La demanda real i potencial

La demanda real

Les 3 viles no recapten la taxa turística directament i és gestionat pel Consell Comarcal, els imports no arriben a 6.000 € per municipi, el tancament de l'Hotel Colon ha suposat una disminució important dels ingressos per a Caldes d'Estrac.

Oficines de turisme

- Caldes d'Estrac:

L'any 2019, l'Oficina de turisme va rebre 2.590 visitants durant la temporada d'estiu. L'any 2021, encara amb restriccions sanitàries, se'n va anar recuperant amb 1907 visitants. Les previsions per recuperar els visitants durant l'any 2022 són bones. Dels visitants en 2021, un 42% viatjaven amb la parella, un 25% amb la família, la resta sols o amics; els visitants nacionals han suplert la mancança d'arribada d'estrangers juntament amb els residents de segona residència de sempre. Si bé és cert, va venir algun turista d'origen Francès, Belga, Alemany

L'experiència de la Covid els ha servit per millorar en la digitalització del material turístic i en procediments de gestió. Encara que hi ha visitants de certa edat que no són digitals i reivindiquen el fulletó o el plànol.

Sant Andreu de Llavaneres, durant els mesos de juliol i agost de 2021, van atendre a 100 persones, el 90% mercat nacional.

La motivació principal són vacances i escapades de cap de setmana, esdeveniments esportius i gastronòmics.

Les principals activitats tractores i demandades són anar a la platja, passejar, jugar a golf i fer esports nàutics.

Un mercat principalment nacional i en la covid encara s'ha incrementat més, però s'està despertant de mica en mica el mercat internacional. Les OTA i la comercialització online, fa que hi hagi un degoteig de visitants, principalment d'Europa, que els hi atrau el mar, la tranquil·litat, i la proximitat a Barcelona.

Famílies, parelles i esportistes són els principals públics de Les 3 viles. Intuïm que el poder adquisitiu és mig alt - alt.

2. El punt de partida

2.8 La demanda real i potencial

La demanda potencial

Capacitat d'atracció de la demanda potencial

Barcelona ciutat, any rere any, oferia més ofertes de tota mena, que dificultava que els visitants estrangers sortissin de la ciutat comtal. Per tant, els turistes no només visitaven les grans icones, sinó que també gaudien de diferents propostes interessant.

Amb la pandèmia, i el conflicte bèl·lic entre Rússia i Ucraïna, els negocis s'han adonat que hi ha un gran volum de demanda potencial dels municipis i comarques properes, més fàcilment accessibles i amb grans volums de població. Amb l'actual crisi la competència en preu serà alta en tots els segments. Per poder accedir-hi a mercats més llunyans amb alta competència és necessari utilitzar palanques promocionals que ens aproximem a aquests mercats.

El turisme de proximitat i proper europeu serà el més accessible, i els **lloguers vacacionals continuaran essent un mercat en creixement.**

Som el sud d'Europa i la gent té moltes ganes de tornar a viatjar. Tot i això, la prudència ens diu que les circumstàncies poden variar d'un dia per l'altre.



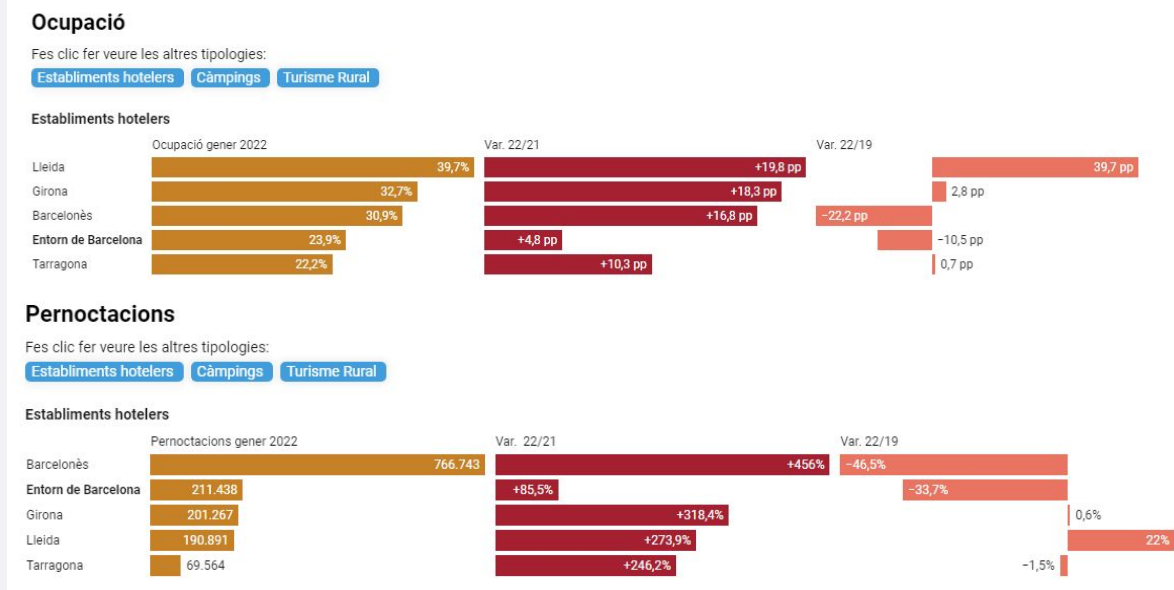
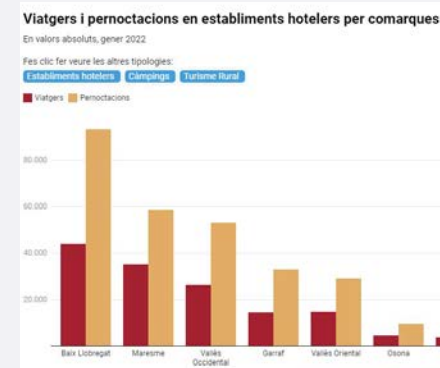
2. El punt de partida

2.8 La demanda real i potencial

La demanda potencial

L'Entorn de Barcelona ha duplicat el nombre de viatgers i pernoctacions respecte al mes de gener de 2021, tot i que encara per sota dels valors de 2019 (entre el -37% i el -27% respectivament).

Visió actual de l'entorn de Barcelona (febrer 2022).
La Setmana Santa ha recuperat ocupacions del passat.



2. El punt de partida

2.8 La demanda real i potencial

La demanda potencial

Turista de perfil masculí madur (entre 40-45 anys), d'origen espanyol i amb motiu professional de viatge (oci un percentatge molt alt també, un 33%). El canal de contractació que utilitza és directe i pernocta una mitjana de 4,3 nits. Normalment, viatgen sols o en parella, i fan servir el cotxe propi per arribar a destí (seguit de l'avió, però amb distància).

Les tres activitats que més realitzen als municipis són:

- degustar gastronomia/
- passejades tranquil·les i relax
- treball/negocis

Finalment, un 31,5% dels turistes fan excursions per la zona. D'altra manera, els aspectes més valorats pel turista són la seguretat ciutadana i el caràcter i amabilitat de la gent.

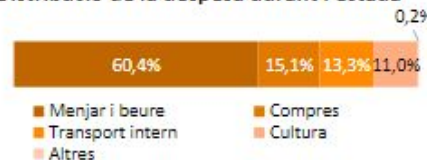
A la taula s'observa la despesa desplegada i en els serveis consumits, en resum el cost del viatge una despesa diària de 160 euros, un cost d'allotjament diari de 58 euros i una despesa d'estada per dia de 50 euros. A més a més, l'altra gràfica mostra el transport intern emprat en aquesta zona, sobretot a peu.

Informació extreta de Perfil del Turista de la Destinació Barcelona, Observatori del Turisme a Barcelona (gener 2022). Destinació Barcelona emmarca les comarques adjacents a Barcelona, sense comptabilitzar la capital i comarca homònima.

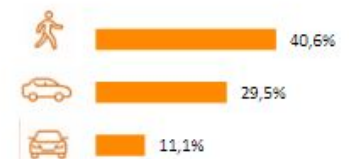
Despesa mitjana per persona

Cost viatge (transport d'anada i tornada)	160,69 €
Cost allotjament (per dia)	57,87 €
Despesa estada (per dia)	43,98 €

Distribució de la despesa durant l'estada



Transport intern¹



Turistes que fan una excursió



2. El punt de partida

2.9 Previsions i tendències

Inestabilitat, conflicte bèl·lic i crisi

Durant tots aquests mesos de pandèmia i el conflicte bèl·lic de Rússia i Ucraïna i la crisi econòmica fan que les prediccions es trenquin, i que la inestabilitat es consolidi.

Totes les investigacions ens diuen que les ganes de viatjar segueixen, però apunten a alguns aspectes que hem de tenir en compte, sobretot a curt i mitjà termini.

- **La demanda de turisme a Europa ha començat a caure amb el conflicte bèl·lic**, en un any que s'esperava la recuperació. Almenys, temporalment.
- **Catalunya i la resta d'Espanya, juntament amb Portugal, són les destinacions turístiques de l'Europa continental més allunyades del conflicte bèl·lic per l'europeu** però no per l'americà per exemple.
- **Les vacances de proximitat** continuaran sent importants en 2022. Per exemple es preveu que el turista nacional representi el 73% dels viatgers a Espanya durant la Setmana Santa.
- Incertesa en el futur, comporta decisions de **viatges a última hora**.
- **Incertesa econòmica i menys diners** per gastar. Suposarà una alta **competència en preus en alguns segments**.
- Dubtes per part del viatger en les transaccions si no hi ha garanties de devolució.

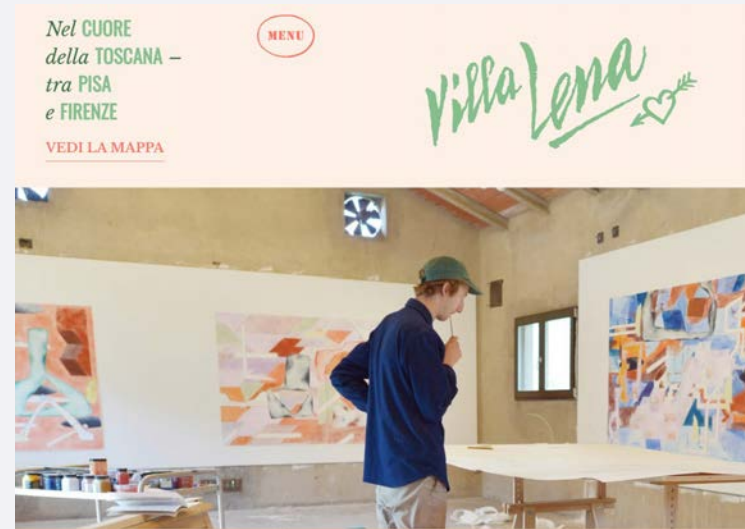
- La seguretat, la confiança i la protecció aspectes claus en les destinacions, empreses i viatgers.
- **Productes més personalitzats i experiències sostenibles**, amb poc impacte en el planeta i la societat.
- La majoria voldrem experimentar **llibertat, canvi d'aires, conèixer gent i tornar a compartir** temps amb les persones, amics i familiars.
- Les empreses turístiques i agents de viatges hauran de **garantir rigoroses mesures d'higiene, compensació de carboni en nom del client i reserves flexibles**.
- **Tractar al viatger com a un ciutadà temporal i facilitar que estigui en la destinació el més temps possible**, i oferint experiències més motivadores.
- El viatger cercarà itineraris i **llocs menys massificats**.
- Es preveu que **l'impacte econòmic total serà major a Europa** que en altres zones del món per la proximitat del conflicte.
- **Increment de la inflació i complexa crisi ja heretada des de la pandèmia**.
- **El cost dels vols ha començat a pujar**, pel cost del combustible i tancament de l'espai aeri.

2. El punt de partida

2.9 Previsions i tendències

Tendències que poden influir a acords amb la nostra oferta

- El teletreball ha posat sobre la taula que alguns treballs es poden desenvolupar perfectament a distància, sense estar presents a l'oficina. Una bona wifi, un *smartphone* i un portàtil ens permet viure i treballar en el nostre lloc ideal. Les **Workations**, la combinació de **viatge i treball**, és una tendència que sentirem molt a parlar. Dins d'aquest segment els nòmades digitals estan en clar creixement. Destinacions amb bon clima i bona qualitat de vida, poden acollir visitants de llargues temporades.
- **Escapades Upskilling** aprendre noves habilitats serà la força motivadora dels viatges. Si és acompanyat amb un expert, l'experiència serà més exclusiva. Exemples:
 - [Villa Lena, a la Toscana](#), ofereix un programa de residència d'artistes i els hostes realitzen classes amb ells.
 - **Marriot Bonvoy Moments. Sports:** ofereix classes de bàsquet amb l'entrenador professional Justin Zormelo. CSports. Cap de setmana amb Andre Agassi
 - **Naturalesa, aire lliure**
Durant la pandèmia ens ha fet valorar les petites coses, i una d'elles és la necessitat de natura. Potser no som els més desitjats, però sí que estem molt a prop d'una demanda a gestionar.



- **Desitjosos de Compartir**

El fet de compartir serà clau, tornar a conviure i viure. Sopar, esdeveniment, fires, activitats culturals, esportives, tornaran a ser demandades amb ímpetu.

2. El punt de partida

2.10 Col·laboracions i aliances

Turisme de la Diputació de Barcelona, competitivitat i promoció

- “Barcelona és molt més”. És la base de totes les iniciatives des de 2016. Es tracta d’un projecte de màrqueting impulsat per la Diputació de Barcelona per millorar la imatge dels municipis i promocionar els seus atractius i empreses.
- **Cercle de turisme**, representa la cooperació pública-privada per al coneixement, la relació entre els seus integrants i la promoció turística. Hi ha una baixa participació del sector empresarial dels municipis. La sostenibilitat és cada vegada més un requeriment i les entitats i empreses certificades amb Biosphere tenen un ingrés gratuït. No és necessari ser membre per rebre el suport, però els membres tenen una atenció prioritària. Durant els temps de pandèmia i sembla que també en 2022 la quota serà gratuïta. Forment part els Golfs del Maresme, el Balís. Els plans gastronòmics existents són embrionaris. Falten membres en aspectes clau com restauració i allotjament
- Programa de **Punts d’informació Turística (PIT)** que habiliten serveis d’informació i atenció turística tant siguin entitats públiques i privades. Les 3 viles tenen integrants en el programa que cal dinamitzar i potenciar principalment els més estratègics: Port Balís, Ca l’Alfaro
- Intel·ligència de mercat, **LABturisme**. Informació en l’àmbit de comarca, però no de Les 3 viles. Es pot demanar ampliació de l’estudi fins a 400 enquestes.
- Projectes europeus, Les 3 viles no participa en projectes europeus de turisme.
- Promoció: la Diputació de Barcelona estarà molt atenta al sector, potenciant el turisme verd de proximitat, el cicloturisme i el senderisme. S’ha posat en marxa un projecte cultural, que es basa en el descobriment i la curiositat. S’ha batejat com a **Turisme curiós**, segmentat:
 - Distret, una proposta per a dues hores.
 - Interessat, a passar el dia.
 - Expert, el que busca propostes més especials, i de major aprofundiment.
- Els habitatges d’ús turístic són un aspecte a promocionar. Ofereixen ajuda, això no obstant, volen que la iniciativa surti dels ajuntaments.
- Ofereixen promoció però no finançament d’esdeveniments. No poden ser patrocinadors, però sí que poden contactar amb entitats que ho puguin ser.
- Destaquem els suports de comunicació i accions de promoció: Butlletí setmanal, Nou blog, Xarxes socials, web, Blogtrips, famtrips, Fires, etc.
- Col·laboren amb la promoció del turisme de Golf amb Barcelona Golf Destination. El turisme nàutic és un tema pendent.

2. El punt de partida

2.10 Col·laboracions i aliances

Consorci de Promoció Turística del Maresme

El consorci de turisme del Maresme és la plataforma de màrqueting turístic i suport a la competitivitat de la comarca, amb el suport de la Diputació de Barcelona i el Consell Comarcal del Maresme. De forma resumida els aspectes més rellevants són

Cultura

“La iaia del Maresme”. Especialment les “Rutes de la iaia”, que promociona itineraris per tota la família. Web laiaiadelmaresme.cat, blog, agenda, perfil a Instagram de la [@laiaiamaresme](https://www.instagram.com/laiaiamaresme)

Ruta de la Guerra Civil, dividit en tres relats: ambaixades, rereguarda i defensa costanera. Participen els ajuntaments de Sant Vicenç de Montalt i Caldetes. Sent protagonistes en la ruta de les Ambaixades.

Gastronomia

És una de les línies de negoci més importants, es troben en procés de reestructuració i nou impuls. A través del nou programa Sabors del Maresme on poder promocionar les diferents jornades, fires gastronòmiques, conjuntament amb els productors i restaurants. Els municipis de Les 3 viles, a través dels seus tècnics són claus per sumar participants en aquestes iniciatives. En un futur es vol potenciar la participació en aquells restaurants amb certificació Biosphere.

Esports

- Golf. Treballen sobretot amb els Pitch & Putt, ja que la Diputació treballa més directament amb els camps de golf. Gran esdeveniment de networking en estiu de 2022.

- Promociones el senderisme principalment, nou suport de Rutes de senderisme
- Macroprojectes esportius al Maresme.
 - Eix esportiu costaner. Actualment, està per reprendre's amb els arquitectes originals.
 - Carril ciclista travessant tota la comarca. Principal problema és que passa per molts departaments, principalment el de territori.

Màrqueting i Promoció

- Renovació del web de turisme del Maresme, pròxima licitació.
- Perfils de les xarxes socials del Consorci @costabcnmaresme: Facebook, Twitter, Instagram i LinkedIn.
- Fam trips, press trips, blog trips i workshops a través de Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme
- Fires en l'àmbit nacional. Qualsevol fira internacional és responsabilitat de la DIBA i dels ajuntaments individuals. Sí que envien representants a fires en representació de la comarca: Brussel·les, Bilbao, Barcelona...

Altres Iniciatives

- Projecte **Pet Friendly**. Viatjar amb la teva mascota.
- **Maresme film comissions**. Generalment, parlen amb ajuntaments o empresaris.
- **Maresme events-**
- Jornals per posar-se en contacte amb els propietaris dels HUT i oferir ajuda.

2. El punt de partida

2.10 Col·laboracions i aliances

Altres

- **Les 3 viles són Viles Florides**, reconeix la feina realitzada en la qualitat de l'espai urbà.
 - Caldes d'Estrac: dues flors
 - Sant Andreu de Llavaneres: tres flors
 - Sant Vicenç de Montalt: dues flors

L'objectiu seria que totes tres tinguessin mínim la qualificació de tres flors.
- **Barcelona Golf Destination**, Format pel Real Club de Golf El Prat, Club de Golf Barcelona, Golf La Roca, Club de Golf Llavaneres, Club de Golf Sant Cugat Golf Montanyà, Club de Golf Terramar i el Club de Golf Vallromanes s'han unit sota la marca Barcelona Golf Destination amb l'objectiu de posicionar Barcelona com a destí de golf, recolzat per la Diputació de Barcelona. Amb un pla d'acció concret amb col·laboració amb la Diputació de Barcelona Turisme que aporta un pressupost de 20.000 €. No participa el Golf de Sant Vicenç de Montalt.
- **Associació de Viles Termals**, impulsada en 2022 i té com a finalitat portar a terme actuacions d'investigació, desenvolupament i innovació, implantació d'actuacions de protecció mediambiental i sanitàries de les aigües mineromedicinales.
- **ACT, l'Agència Catalana de Turisme**, ens permet a través dels seus programes de marques i segells participar en els programes de promoció. D'interès en els quals ja hi ha empreses que participen o podríem participar: Golf a Catalunya (Golf de Llavaneres, Prèmium (Premium habitat d'Arenys de Mar), Arts i cultura o pobles amb encant amb actuacions podríem tenir alguna opció.



2. El punt de partida

2.11 Sostenibilitat a Les 3 viles

Amb l'objectiu de promoure un model turístic basat en la sostenibilitat, Les 3 viles han iniciat diferents activitats seguint els criteris fixats en l'agenda 2030 i els 17 Objectius del Desenvolupament Sostenible.

L'activitat turística és una activitat més dels municipis que han conviscut amb normalitat amb la vida dels residents, minimitzant en termes generals les externalitats. Tot i això, és necessari estar atents i regular el creixement dels HUT, com ha fet Llanerres.

Hem de pensar que l'activitat turística és estacional i el nombre de places d'allotjament respecte al nombre de residents és baixa, i a més els principals atractius es distribueixen pel territori.

La mobilitat sostenible és un dels aspectes de clara millora en la mobilitat interna entre els municipis. És necessari un increment del nombre de carrils bicicletes i una unió natural entre els tres municipis i zones d'atracció de visitants. L'orografia fa que per a moltes persones la bicicleta elèctrica sigui una bona alternativa. Es presenten oportunitats gràcies a l'aixecament del peatge de l'autopista i els fons econòmics destinats, i també els fons europeus.

- Es dona llum verda a executar el carril bicicleta de Blanes a Barcelona que transcorre per la nacional que s'executarà amb estàndards europeus i s'integrarà a la xarxa Eurovelo ruta 8, l'autopista ciclista europea.
- Existeix un projecte de carril cicloturístic que transcorre pels passeigs marítims i es troba en procés d'estudi i execució pel Consell Comarcal.

- Finalment, es pot aprofitar l'oportunitat de fons europeus Next Generation de Turisme Sostenible pel 2023, per fer pistes ciclistes amb serveis per a bicicleta elèctrica, que sortiran del carril bicicleta programat.

Altres iniciatives a destacar:

- Projectes i cooperació en turisme sostenible (deixalleria compartida per exemple)
- Campanyes al visitant i a la ciutadania de bones pràctiques sostenibles. Tots tres municipis han realitzat Bones pràctiques sostenibles per als 3 municipis, principalment per als HUT. Treball conjunt amb el sector per promoure el turisme sostenible
- Promoció de productes de proximitat
- Promoció de certificacions sostenibles (Biosphere) i sistemes de gestió ambiental (EMAS ISO 14001) a les empreses i atractius
 - Platges amb certificació Biosphere o bandera blava.
 - Oficines de turisme amb certificació Biosphere.
 - Els Banys termals de Caldes d'Estrac certificació Biosphere.
 - Port Balís, bandera blava, Iso 14001 i EMAS.
 - Existeix força camí a recórrer amb entitats i empreses
- Viles Florides: Sant Vicenç de Montalt**. Sant Andreu de Llanerres***i Caldes d'Estrac**
- Punts de càrrega ràpida al centre i a la platja en Llanerres.

3. Diagnosi de la destinació Les 3 viles



3. Diagnosi

3.1. DAFO exprés

Les 3 viles

Punts forts



1. Caldetes, Llanereres i Sant Vicenç són municipis coneguts pel mercat català, principalment pel turisme residencial d'alt poder adquisitiu.
2. El Front Marítim és un motor turístic de Les 3 viles: el passeig, les platges (Biosphere) i el port Balís (Biosphere).
3. L'oferta gastronòmica és un element tractor. Productes autòctons de qualitat (pèsol garrofal i coca de Llanereres)
4. Les aigües termals públiques vora el mar, són un valor diferencial.
5. L'oferta d'allotjament exclusiu en vil·les. Privacitat, mar i Barcelona. Sector immobiliari i de lloguer prèmium. Alt creixement d'HUT.
6. Viles segures i tranquil·les.
7. Dos Camps de Golf amb vista al mar a trenta minuts de Barcelona. Dos Pitch&Put, pàdel, tennis, etc.
8. Port Balís, la base nàutica, club nàutic i un bon posicionament en competicions de vela. Oferta de restauració i serveis.
9. El Picasso més personal a través de la Fundació Palau.
10. Un entorn natural d'esbarjo pel visitant, la serralada del Litoral i amb el Montalt, porta d'entrada al Parc del Corredor.
11. Relats d'interès: El glamur del passat burgès, artistes i pintors. La guerra civil, ambaixades i fugida del govern de la República. Les cases modernistes i noucentistes
12. Accessibles i ben comunicats amb els mercats emissors. Bona accessibilitat a les platges, dues estacions de tren.
13. Voluntat política i tècnica de treball conjunt.
14. Predisposició, amb cautela, del sector privat de treball conjunt.
15. Predisposició més turística del Port Balís i els camps de Golf que temps enrere.
16. Oficina Turisme a Caldes d'Estrac, en combinació amb la Fundació Palau, servei tot l'any. OT Llanereres a l'estiu.

Punts febles



1. Mancaça evident de places d'allotjament hotelier. L'Hotel Colon, en primera línia de mar, tancat.
2. Les 3 viles, com a imaginari de destinació, no són conegudes ni reconegudes pels mercats, sobretot els més llunyans.
3. No hi ha icones d'atracció posicionades turísticament.
4. Estratègia de mobilitat sostenible desincentivadora per al visitant. No hi ha carrils de bicicleta El transport públic (autobús) poca freqüència.
5. Pocs recursos dedicats al sector turístic (tècnics, econòmics i humans).
6. Manca d'estratègia promocional individual i conjunta.
7. Desconeixement de les característiques del "client turista". No tenim dades objectives.
8. Infrautilització d'espais potencialment atractius, com ara la Fundació Palau, el Museu Arxiu de Llanereres, els nuclis antics i l'entorn natural.
9. No són presents, de forma competitiva, en els portals turístics públics i privats (Agència Catalana, Consorci de Turisme del Maresme i la Diputació de Barcelona, i les privades com a TripAdvisor).
10. Geolocalització dels atractius millorable.
11. No hi ha oficines i punts d'informació turística, promoció i zones d'acollida que promoguin Les 3 viles en el seu conjunt.
12. Senyalització turística millorable dels recursos turístics de tots tres municipis, sobretot d'orientació.
13. Els empresaris estarien d'acord en una plataforma que els permeti comunicar-se entre ells.
14. Espais naturals de Llanereres i Sant Vicenç poc promocionats.

3. Diagnosi

3.1 DAFO exprés

Les 3 viles

OPORTUNITATS

1. Demanda en creixement d'un turisme més respectuós i sostenible.
2. Mercats d'interès en creixement com els viatgers digitals.
3. Apareixen amb força altres demandes, no només les que cerquen aire lliure, també les workations i escapades upskeling.
4. S'incrementa la preferència d'espais oberts i en la natura.
5. L'acceleració digital és una bona oportunitat, però si no es treballa, es pot perdre competitivitat.
6. El mercat de proximitat continuarà redescobrint el seu entorn proper.
7. La ciutadania s'ha digitalitzat i s'ha acostumat a la reserva prèvia, el que ens facilita la gestió turística i poder oferir noves propostes.
8. Neixen les experiències híbrides que combinen presencialitat i TIC, tant per a reunions i esdeveniments, com per a experiències turístiques.
9. Volem i voldrem compartir, per tant, serà una bona línia d'innovació de producte.
10. Ganes de viatjar i gaudir.
11. Les xarxes socials són el canal de comunicació més popular entre els millennials i generacions posteriors per escollir destinació.
12. Tenim l'oportunitat d'aprofitar el talent dels que visiten Les 3 viles. Bons ambaixadors.
- 13.

AMENACES

1. La durada de la pandèmia està sent llarga i ha comportat pèrdua de llocs de treball, tancament d'empreses
2. Acceleració digital avançada en el moltes indústries durant la pandèmia, això també potser una amenaça si no invertim en TIC.
3. La incertesa en el futur, comportarà problemes per als mercats més llunyans.
4. Una demanda en general amb moltes ganes de consumir, però molt més empobrida.
5. La crisi econòmica s'agreuja amb el conflicte bèl·lic de Rússia i Ucraïna, i les seves derivades. Increment dels preus en termes generals. Inestabilitat.
6. Els canvis en l'entorn cada vegada són més imprevistos i fa que el màrqueting en la indústria turística hagi de ser el més flexible possible. El sector privat és clau per a treballar aquesta flexibilitat i adaptació.
7. El sector públic i privat tenen dos tempos diferents, encara s'ha agreujat amb la importància de fer front a la supervivència de les empreses i llocs de treball.
8. La manca de visió conjunta (pública i privada) posaria en perill Les 3 viles com a destinació competitiva.

3. Diagnosi

3.1. DAFO exprés

Les 3 viles i les zones geogràfiques del sistema

Les 3 viles per als vianants i ciclistes no estant del tot ben comunicades entre elles. Aquest és un dels factors claus a solucionar perquè el desenvolupament turístic tingui conseqüències positives en la ciutadania i empreses locals. El passeig marítim, els nuclis urbans i l'entorn natural, tenen dificultats de connexió, principalment la part del nucli de Sant Vicenç i la platja, que s'ha de passar per les grans infraestructures. La riera del Balís, que divideix de manera natural Sant Vicenç i Sant Andreu de Llavaneres

1. Zona d'espai natural. La connexió dels nuclis urbans amb l'entorn natural Sant Andreu de Llavaneres, Sant Vicenç de Montalt i Caldes d'Estrac.
2. Els Nuclis antics la seva relació amb l'entorn i els punts de vida comercial i la restauració.
3. Zona mitjana, principalment entre Sant Vicenç i Llavaneres, entre les vies de tren i la connexió amb els nuclis urbans.
4. El Passeig Marítim de Les 3 viles, les platges, el port Balís i l'entorn pròxim. El principal tractor turístic de Les 3 viles

Això requereix un projecte de mobilitat sostenible de Les 3 viles, que optimitzi el transport públic, promoció l'ús de la bicicleta i bicicleta elèctrica (punts de recàrrega) i en el possible rutes per fer a peu.

3. Diagnosi

3.1. DAFO exprés

Sant Vicenç de Montalt

Punts forts



1. Sant Vicenç de Montalt té un turisme residencial d'alt poder adquisitiu.
2. Supermaresme és la zona residencial considerada com una de les millors urbanitzacions de Catalunya, amb tota mena de serveis. Unes 150 cases i un terç per a llogar.
3. Els últims anys hi ha hagut un important creixement d'HUT. Podem trobar una variada oferta, des de vil·les fins a apartaments.
4. Destaquen els equipaments esportius: Golf de Sant Vicenç de Montalt (comercial, sense socis) i l'Escola de Golf HCP 1 PITCH & PUTT. Zona esportiva: Pavelló Poliesportiu Toni Sors i piscina municipal. Sorlí Sport (privat) i el futur circuit de Pumptrack.
5. La llarga platja de Sant Vicenç, en tràmit Compromís Biosphere. Ben equipades i guinguetes de qualitat.
6. Passeig marítim Marques de Riera. Cases Modernistes
7. Entorn natural i parcs urbans, un municipi verd. Parc del Gabrielistes amb la torre de gaïta Can Valls.
8. Turó del Montalt. Porta d'entrada de rutes al parc del Corredor i Montnegre
9. Està ben comunicat per carretera i tren (Caldetes i Sant Andreu de Llavaneres), és l'únic que no té estació pròpia.
10. Oferta de restauració de qualitat i compensada:
11. Municipi en termes general amb bona qualitat urbanística i segura.
12. Bona predisposició tècnica i política per millorar la competitivitat turística
13. Associacions esportives actives, destaca els Xurribikers, promotors de la cursa Maontaltbike i Montaltrec (Marxa dels cims dels 3 turons, Montaltrail, ...)
14. Tradició pessebrista. Nadal a Sant Vicenç.
15. Iniciativa de recuperació de producte autòcton: carquinyoli de Sant Vicenç.

Punts febles



1. El centre del poble té poca activitat, sobretot comercial.
2. Manca una aposta clara per valorar la identitat cultural del municipi.
3. No hi ha treball compartit públicoprivat per treure profit de tot el potencial turístic del municipi. Encara que hi ha bona predisposició.
4. La mobilitat sostenible entre les diferents zones del municipi és insuficient
5. No hi ha Oficina de Turisme.
6. Sistema d'informació i promoció de l'entorn natural deficient. De les rutes publicades al web, no estan senyalitzades i hi ha un mapa antic. Les rutes de natura local s'haurien d'actualitzar.
7. No tenen web turística en idiomes.
8. No tenen xarxes socials turístiques
9. Poca presència de Sant Vicenç de Montalt, atractius i empreses en els organismes de gestió i promoció del turisme a Catalunya.
10. Manca evident de places d'allotjament hotelier.
11. Pocs recursos dedicats al sector turístic (tècnics, econòmics i humans)
12. S'ha de millorar la senyalització turística interpretativa dels recursos de la zona,
13. Manca de manteniment de la senyalització de les rutes principals i algunes es troben en mal estat.
14. S'ha de millorar i incloure nous perfils online: Google Maps TripAdvisor
15. Poc coneixement de l'oferta d'HUT i empreses que els comercialitzen d'àmbit més local.

3. Diagnosi

3.1. DAFO exprés

Caldes d'Estrac

Punts forts



1. Caldes d'Estrac combina el turisme residencial, vacacional i la demanda de turisme de salut i esportiu.
2. Els banys termals han estat el principal atractiu de la vila durant molt de temps i forma part de la seva identitat.
3. La Fundació Palau - Picasso, és el referent cultural i dinamitzador de Caldes d'Estrac i potencialment de Les 3 viles.
4. El passeig dels Anglesos. Cases modernistes i oferta gastronòmica
5. Les platges amb certificació Biosphere.
6. Coneguda també com a Caldetes i anomenada la Niça catalana.
7. Els últims anys hi ha hagut un alt creixement d'HUT.
8. És el que concentra l'oferta d'allotjament en establiments hotelers.
9. El parc Muntanya, petit pulmó i atalaia al Mediterrani
10. Està ben comunicat per carretera i tren, estació de RENFE.
11. Molt bona predisposició tècnica i política per millorar la competitivitat turística
12. Bona oferta gastronòmica.
13. Un dels pobles més petits de Catalunya, fàcil d'entendre i de passejar.
14. Renovació de la imatge i nova web turística en idiomes.
15. El municipi més conegut turísticament dels tres.

Punts febles



1. La carretera N-II, l'autopista C-32 i el tren de Barcelona a Girona per la costa— travessen el municipi en molt poc espai.
2. El centre del poble té poca activitat comercial i difícil de recuperar.
3. Tancament de l'hotel Colon, un símbol i un dinamitzador econòmic en primera línia de mar. Una gran esperança que s'ha convertit en una gran amenaça. És el primer punt urgent a posar solució. (Costes del Govern d'Espanya)
4. Els banys termals, l'edifici i entorn necessita una actualització.
5. Estètica urbanística millorable en algunes zones. Impacte visual de senyalitzacions en desús.
6. Enfocament poc turístic i comercial de la Fundació Palau, però amb un gran potencial.
7. Recursos municipals dedicats insuficients
8. S'ha de millorar els perfils i actualitzar informació, bàsic Google Maps - TripAdvisor
9. Poc coneixement de l'oferta d'HUT i empreses que els comercialitzen d'àmbit més local.
10. No hi ha treball compartit publicoprivat per treure profit de tot el potencial turístic del municipi.

3. Diagnosi

3.1. DAFO exprés

Sant Andreu de Llavaneres

Punts forts



1. Sant Andreu de Llavaneres té un turisme residencial d'alt poder adquisitiu.
2. El petit passeig marítim i les platges amb compromís Biosphere, l'uneix amb la gran platja de Sant Vicenç de forma natural.
3. El Port Balís, el port de Les 3 viles, i gran dinamitzador, d'esdeveniments esportius, oferta de restauració i potencial d'activitats en les seves instal·lacions.
4. El Golf de Llavaneres un camp de socis a prop de Barcelona, amb vistes al mar. Participa amb els organismes de promoció com l'ACT i Diputació de Barcelona.
5. Equipaments esportius d'interès com el Tennis Mora amb Pitch&Put, pàdel, tennis, frontó, gimnàs
6. Està ben comunicat per carretera i tren, estació de RENFE.
7. Bona oferta gastronòmica.
8. El pèsol garrofal i els camps de conreu. Festa del Pèsol.
9. Producte típic reconegut com la Coca de Llavaneres.
10. Hi ha una bona oferta d'habitatges d'ús turístic de bona qualitat. Tenim una casa de colònies per al públic juvenil i familiar. A tocar, un càmping a Mataró.
11. S'ha fet un esforç de realització de rutes culturals, saludables i de natura, amb senyalització turística interpretativa dels recursos.

Punts febles



1. Molt poca capacitat d'acollida en establiments hotelers.
2. L'oferta d'HUT és bastant desconeguda i massa concentrada en la part marítima. Normativa municipal en marxa.
3. L'Arxiu municipal de Llavaneres necessita un projecte específic de conceptualització i posada en valor. És un punt clau per a la revitalització cultural i turística.
4. No hi ha un treball col·laboratiu coordinat per treure profit de tot el potencial turístic del municipi. Encara que hi ha bona predisposició.
5. No hi ha promoció de les rutes a la natura, millorar la senyalització.
6. A l'actualitzat el turisme no és una de les línies estratègiques principals del consistori.
7. No tenen web turística en idiomes, ni xarxes socials
8. La mobilitat a peu o en bicicleta és deficient. No tenen carrils de bicicleta (voluntat de connectar la part de dalt amb la de baix mitjançant carril bicicleta). Ja existeixen rutes que es podrien aprofitar-les com la riera (a l'oest de la vila).
9. Poc coneixement de l'oferta d'HUT i empreses que els comercialitzen d'àmbit més local.
10. S'ha de millorar perfils online en Google Maps i sobretot en TripAdvisor
11. Baixa presència de Llavaneres i empreses en els organismes de gestió i promoció del turisme a Catalunya.

3. Diagnosi

3.2. Conclusió

1. Les 3 viles amb el temps han treballat conjuntament diferents iniciatives, però no han arribat a comportar-se davant del mercat com una destinació conjunta, ni són reconegudes com a tal. Si hi ha voluntat, la destinació conjunta és molt més competitiva que individualment.
2. Els 3 municipis han estat un lloc privilegiat de segona residència per a la burgesia barcelonina, avui dia encara tenen aquest toc de turisme residencial exclusiu. Les tres són reconegudes amb abreviacions Llavanes, Sant Vicenç i Caldetes. A més Caldes d'Estrac va ser la vila d'estiueig per excel·lència amb l'hotel Colón i les aigües termals, coneguda com la Niça Catalana.
3. La burgesia ha deixat un llegat de cases modernistes i noucentistes, que encara perduren disseminada pel municipi i configuren un bell Passeig Marítim. Ens han deixat històries del pas d'artistes, intel·lectuals i polítics. La Fundació Palau, i el seu llegat de Picasso és l'aposta cultural més rellevant i internacional.
4. El Port Balís, és en si una destinació per gaudir del mar, i obre les portes a visitants, encara que la seva raó de ser és el soci. El mateix passa amb el Golf de Llavanes.
5. L'oferta es complementa amb el Golf de Llavanes, el Golf de Sant Vicenç, els Pitch&Put, pàdel, tennis, etc.
6. L'entorn natural s'utilitza espontàniament, però no és tan accessible per al visitant.
7. Moltes de les cases familiars s'han convertit en els últims anys en HUT. Vil·les, apartaments i cases que s'ofereixen al turista, complementant una oferta d'allotjament hotelier escassa.
8. El privilegi de la privacitat és quelcom valorat per un cert visitant, que vol gaudir d'aquest privilegi.
9. És moment d'estar al costat del sector per no perdre empreses i llocs de treball. Impulsant accions per incrementar el consum local i donar suport a iniciatives que promoguin la pernoctació.

3. Diagnosi

3.2. Conclusió

10. S'ha de profunditzar en conèixer i promoure l'oferta al turista residencial en destinació, el visitant i de proximitat. Un visitant que sigui amant de la cultura, dels esports a l'aire lliure (esports nàutics amb motor i sense, el golf, el senderisme, entre d'altres), la gastronomia, el benestar i la natura.
11. Potenciar el treball per posicionar Les 3 viles com a destinació prèmium per a famílies i parelles. I acompanyar a les empreses a donar un bon servei en la destinació al turista esportiu.
12. Poca presència de Les 3 viles en el mercat turístic com a destinació.
13. Baixa conscienciació interna del potencial turístic i dels beneficis d'un turisme de qualitat i responsable.
14. Ens acompanyarem de la marca Costa Barcelona-Maresme per accedir-hi al mercat internacional i resta d'Espanya acompanyats del *trade*.
15. La sostenibilitat i la digitalització del sector i la destinació és una realitat imparable, en la que ens hem d'adherir progressivament.
16. La comunicació *online* segueix en creixement constant, que comporta una forma de comunicar fresca i immediata en tots els formats.
17. Per ser una destinació turística més competitiva, és necessari un treball conjunt sota un marc estable que unifiqui esforços econòmics i humans.
18. Un dels problemes més rellevants. Encara que és possible desplaçar-se a peu per tots els municipis, no és una opció atractiva donades les distàncies i els camins, que prenen un paper secundari respecte a carreteres. El transport públic és una opció, però resulta poc pràctic a causa de la freqüència i falta d'opcions.



4 Model de producte i pla d'accions

4 Model de producte i pla d'accions

El model de producte i pla d'accions es divideix en quatre apartats:

- 4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles**
- 4.2 Producte turístic Les 3 viles**
- 4.3 Accions de competitivitat**
- 4.4 Governança**





4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.1 Visió, missió i valors



VISIÓ

Com ens veiem en el futur

Les 3 viles serà la destinació referent en turisme de costa residencial i prèmium, amb la millor combinació de salut, benestar, gastronomia, cultura, golf i activitats nàutiques de la Costa Barcelona Maresme. Una destinació que valora la seva tradició i ofereix una experiència d'alta qualitat al visitant, contribuint a un desenvolupament sostenible.



MISSIÓ:

la nostra raó de ser
Què, com i per a què

Treballarem conjuntament el sector públic de Les 3 viles coordinat amb el sector privat per oferir una experiència enriquidora i excel·lent al visitant, i també a la ciutadania, amb l'objectiu de descobrir i gaudir dels tres municipis de forma sostenible.

Valors que guiaran el treball, la creació de productes i la promoció de Les 3 viles: Autenticitat, Transparència, Vocació de servei, Col·laboració Inclusiu, Obertes i Sostenibles.

Seguint les directrius de l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible planteja 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible que abasten les esferes econòmica, social i ambiental, l'agenda Urbana Europea, el Pacte Verd Europeu i l'Estratègia Digital Europea.

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.2 Objectius



OBJECTIUS

1. Establir un **sistema de gestió i coordinació estable i eficaç** entre els tres municipis en les àrees més directament relacionades amb turisme.
2. Compartir, impulsar i facilitar el **treball en xarxa entre el sector privat** de Les 3 viles, amb el **suport i coordinació del sector públic**.
3. Millorar l'experiència i el **coneixement dels visitants i la ciutadania sobre el territori i les activitats**.
4. **Posicionar Les 3 viles** com una **oferta completa i d'alta qualitat de la Costa Barcelona Maresme**
5. **Posicionar i reforçar l'oferta cultural, gastronòmica i esportiva de projecció turística de Les 3 viles** en el mercat nacional i internacional de proximitat.
6. Contribuir a la **millora de la sostenibilitat de la destinació i les empreses i promoció del turisme responsable**.
7. Dotar de **recursos humans i econòmics estables per a la dinamització i promoció de Les 3 viles**.
8. Impulsar la **millora de la competitivitat de la destinació amb un sistema d'informació i promoció turística conjunt**.
9. Desenvolupar i donar a conèixer **noves experiències incorporant nous relats i actors**.
10. **Millorar la mobilitat sostenible** dins de la destinació.
11. **Enfortir la digitalització turística i comercial**.

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

El model turístic defineix l'orientació de desenvolupament que ha de prendre la destinació a mitjà i llarg termini. Així, a partir de les conclusions de la Diagnosi formulem el Model Turístic Desitjat de Les 3 viles i la seva corresponent declinació en estratègies.



5 preguntes estratègiques

1. **Quin tipus de desenvolupament turístic volem?**
2. **Quins seran els atractius i productes turístics que faran que el visitant vulgui venir a Les 3 viles?**
3. **Com volem que ens vegi el visitant respecte a altres destinacions?**
4. **Quin tipus de visitant volem i a on anirem a buscar-ho?**
5. **Qui ens acompanyarà i ajudarà en aquest viatge?**



5 estratègies

1. **Estratègia de desenvolupament turístic sostenible, digital i segur**
2. **Estratègia de motors de creixement turístic i de negocis turístics**
3. **Estratègia de posicionament i marques**
4. **Estratègia de producte-mercat**
5. **Estratègia d'aliances**

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

1) Estratègia de desenvolupament turístic sostenible, digital i segura

- Les 3 viles impulsaran la promoció del turisme sostenible en les empreses turístiques, en els principals recursos turístics públics i privats i treballaran per millorar la mobilitat sostenible.
- La sostenibilitat serà un dels vectors de comunicació tant al visitant en destinació com en el mercat potencial. Recolzarem a les empreses que facin esforços en millorar la sostenibilitat, a través dels canals propis, els turístics i supramunicipals.
- Es tindrà en compte criteris de sostenibilitat en els productes i propostes, els aspectes socials, econòmics i mediambientals. És a dir, es prioritzaran els productes de proximitat, les tradicions i la història compartida, es vetllarà per què les persones i empreses col·laboradores estiguin correctament contractades i que es redueixi l'impacte ambiental en la mesura del possible.
- Es dotarà al sistema turístic de Les 3 viles de les eines TIC de base necessàries per poder crear, informar i promocionar correctament. Vetllant perquè el que comuniquem de Les 3 viles online sigui un bon reflex de què és la realitat de Les 3 viles.
- La comunicació online serà prioritària, encara que tindran el seu suport offline per no excloure públics amb dificultats digitals. Serà inspiradora, humana i efectiva. El web, les xarxes socials, la geolocalització dels recursos, rutes i empreses, els suports de comunicació i informació digitalitzats i la informació a internet de tercers, seran claus en l'esforç de promoció.
- En la mesura de les possibilitats, treballarem la intel·ligència de mercats a partir de la informació disponible de tercers i eines de monitoratge que ens facin millorar el coneixement i els resultats de les nostres accions.
- Ens ajudarem de les palanques disponibles per promoure la sostenibilitat i la digitalització en el territori. Els instruments que ens facilita les entitats i organismes com el Consorci de Turisme del Maresme i el Consell Comarcal, Diputació de Barcelona a través de la Certificació Biosphere. Informarem de les ajudes a la digitalització que impulsa l'Estat espanyol i ajudarem perquè les empreses puguin accedir-hi.

4.1 Model turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

2) Motors de creixement turístic de Les 3 viles

La identificació dels motors de creixement és una de les decisions estratègiques clau. Aquests poden ser recursos turístics tangibles i intangibles, oferta turística i oportunitats de mercat. Són els que rebran la nostra atenció per invertir els esforços en la seva protecció, posada en valor, millora i promoció.

Després de tenir en compte la diagnosi realitzada i la valorització, hem identificat els motors de creixement turístic segons el grau d'**Atractivitat i la Viabilitat** dels recursos turístics, per conèixer la seva **Potencialitat**.

- **Atractivitat:** és prou atractiu en alguna de les seves característiques que pot provocar el desplaçament per a la visita. Hi ha diferents graus de capacitat d'atracció, atractius per a mercats de proximitat fins a mercats internacionals, pròxims i llunyans. Aquesta és una valoració qualitativa.
- **Viabilitat:** és accessible al mercat i no necessita grans inversions de recursos humans i econòmics per ser explotats turísticament o aquestes inversions es poden dur a terme perquè són finançables.
- **Potencialitat:** tenint en compte les dues variables anteriors, ens aproximarem al potencial de desenvolupament turístic del recurs, tenint en compte les possibilitats existents.

Podem trobar recursos que siguin atractius per a un mercat determinat, per la seva singularitat, monumentalitat i característica diferencial, però que són difícilment viables a curt termini, pel grau d'inversió o accessibilitat. En altres casos els recursos tenen en si una atractivitat amagada, que amb un bon procés de valorització, tindran un gran potencial de desenvolupament.

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

2) Motors de creixement turístic de Les 3 viles

Destaquem deu motors amb diferents capacitats d'atracció que els dividim en tres tipologies. El que ens singularitza d'altres destinacions (L'ADN), els que atrauen segments específics i les oportunitats de l'entorn.

L'ADN DE LES 3 VILES

Front marítim:
Passeig històric,
les platges i
l'oferta del Port
Balís

El relat de
l'Estiuieg
burgès i
ambaixades

Artistes
Fundació
Palau -
Picasso

Gastronomia i
Productes
locals

Aigües
termals. Salut i
benestar*

Especificitats diferencials per a segments específics

Golfs
mirant al
mar

Esdeveniments
esportius i
estades. Vela,
golf...

Vil·les, cases i
apartaments
prèmium

L'oportunitat de l'entorn

Barcelona
Mataró i Arenys
de Mar

Parc natural
del
Montnegre
Corredor

*És necessari afrontar diferents problemàtiques tant amb l'hotel Colon (en venda en l'actualitat i concessió limitada en el temps), així com amb el Balneari, aquest últim suposa més un projecte d'inversió públicoprivada per revertir l'actual situació.

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

2) Motors de creixement turístic de Les 3 viles

1. **El front marítim únic: Passeig entre mansions modernistes, platges i guinguetes, el Port Balís-Club Nàutic amb l'Estació Nàutica i l'oferta de restaurants.**
2. **La gastronomia, els productes autòctons (la coca de Llavaneres, el pèsol garrofal) i els esdeveniments gastronòmics.**
3. **El llegat cultural i patrimonial de la burgesia a Les 3 viles, els artistes i la Fundació Palau-Picasso.**
4. **Salut i benestar a través del termalisme.**
5. **L'esport a la natura i a l'aire lliure: golf, senderisme, esports nàutics i bicicleta,**
6. **Les viles, les cases i apartaments, privacitat mirant al mar al costat de Barcelona.**
7. **Els esdeveniments esportius i estades esportives tenen un incipient desenvolupament a Les 3 viles, que ens ha de permetre millorar la competitivitat de l'oferta a través del treball públicoprivat.**
8. **L'entorn pròxim, des de Mataró, Arenys de Mar, el Parc del Corredor i Montnegre fins a la ciutat de Barcelona.**

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

3) Estratègia de posicionament i marques

- El posicionament ens ajudarà a situar l'oferta dins del mercat, tenint en compte els competidors. Aquest posicionament impregnarà l'oferta de productes turístics. Serà aquella promesa que ens fa originals i/diferents davant dels clients. Igualment, ens recolzarem en aquelles aliances amb marques reconegudes segons els mercats als quals ens dirigim.

CONCEPTE PARAIGÜES

Estil de vida
Privilegi
Desconnexió
Privacitat

**Les 3 viles, el teu
estil de vida**

**Caldes d'Estrac, càlida i salada
Sant Vicenç de Montalt, un poble amb encant (revisar)
Sant Andreu de Llavaneres, compartim privilegi**

**Les 3 viles, your lifestyle.
Coast of Barcelona Maresme**

*Productes i
negocis
principals a
potenciar*

Altres marques que ens donen valor prèmium: Supermaresme i Picasso

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

3) Estratègia de posicionament i marques



*Les 3 viles, your lifestyle.
Coast of Barcelona Maresme*

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

4) Estratègia de producte i mercat

Consisteix a determinar la matriu de producte per als objectius principals, tenint en compte els motors de desenvolupament, les empreses, les oportunitats, els punts forts, l'atractivitat i accessibilitat del mercat.

La pandèmia i el conflicte bèl·lic incrementa el turisme de proximitat. Però també la ubicació de Catalunya, al sud d'Europa i la "gripalització" de la pandèmia, fa que puguem pensar, que davant les dificultats, els tres municipis a través de les seves empreses i la intermediació online tinguin un client europeu, on els francesos sigui un client més destacat.

La situació líquida en la qual vivim ens fa necessari fer una estratègia conservadora en els mercats de proximitat, però sempre està atents als canvis continus. Aquests són els criteris:

Mercat excursionista.

Prioritzem els públics que tinguin motivacions més enllà d'anar a la platja. L'objectiu és que el visitant descobreixi alguna cosa més que l'oferta de platges, i que puguin fer més despesa en els municipis. Per tant, suposa fer un esforç de recull de les activitats existents, proposar de noves, comunicar-ho i promocionar-ho en destinació, on són els excursionistes.

Mercat turista

Aquest mercat és més atractiu que els que no pernocten, ja que normalment el seu impacte econòmic a Les 3 viles serà més gran. La no massificació "turística", la privacitat, la tranquil·litat, la bona oferta gastronòmica, l'oferta esportiva i social, fa que hi hagi un segment de poder adquisitiu mitjà-alt i alt que realitzarà una elevada despesa durant la seva estada a la destinació. Aquesta es distribueix principalment en restauració, comerç i activitats de benestar, oci i cultura.

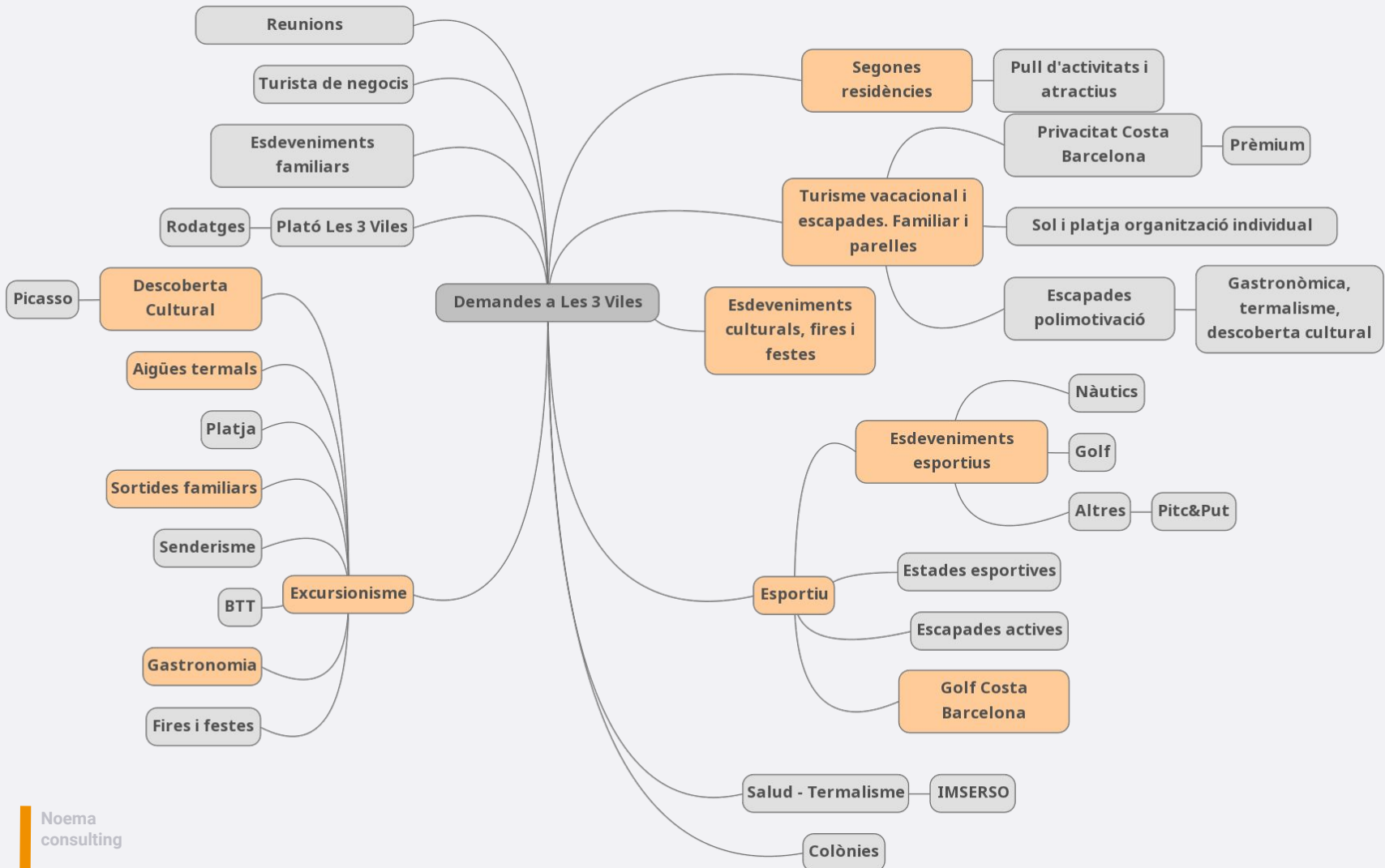
Tot i això, cal tenir en compte que Les 3 viles han de treballar i estructurar l'oferta turística, ja que, en aquests moments no és prou accessible als visitants, així ens ho comenten l'oferta d'allotjament entrevistada.

És necessari aprofundir en el bon coneixement de la demanda real, per imaginar nous productes, millorar i promoure els existents. És per això que el treball amb el sector empresarial és fonamental per articular bones experiències.

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

4) Estratègia de producte i mercat



4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

4) Estratègia de producte i mercat

Turisme	Mercat principal	Competitivitat	Rellevància
Turisme de Segones Residències	Fort arrelament a Les 3 viles, és un públic lligat a la zona que torna de forma recurrent i també de llarga durada. Amb la pandèmia i el teletreball s'ha incrementat els dies que passen a les poblacions. Són principalment de Barcelona i entorn. Tot i això, hi ha turisme internacional que han comprat cases i passen bones temporades. Gaudeixen de les activitats esportives i socials del Port Balís, el golf, tenis, etc.	Alta	Molt Alta
Turisme vacacional i escapades. Barcelona i entorn Desconnectar, privacitat, sol i platja	Principalment, són turistes europeus i de la resta de l'Estat. Són parelles i famílies la immensa majoria Les principals motivacions són: <ul style="list-style-type: none"> • Venen a desconnectar, busquen privacitat, bon clima i platja. • Volen visitar Barcelona i rodalia. Prefereixen allotjar-se en una destinació propera no saturada i ben connectada amb transport públic. Tenen motivacions diverses. <p>És un públic d'interès, però hem de millorar la competitivitat. Cal oferir-los ofertes complementàries (activitats nàutiques, termalisme a Caldes, activitats culturals, gastronomia, golf, etc.) perquè puguin descobrir Les 3 viles i fomentar la seva repetició en un futur.</p>	Mitja - Alta	Molt Alta
Esportiu: <ul style="list-style-type: none"> • Esdeveniments • Turisme de Golf • Estades esportives 	<p>Esdeveniments esportius: regates internacionals que se celebren al Port Balís, poden venir a fer pràctica uns mesos abans i durant la competició. Cerquen allotjament proper al port, bona relació qualitat-preu. De totes les nacionalitats,</p> <p>Altres esdeveniments esportius que es produeixen a Les 3 viles i que poden portar gent de fora són les competicions de golf, de pitch&put, curses, TRB SWIM Caldetes 2.0K i 4 km que es realitzà aquest 2022, per exemple.</p> <p>Altres demandes existents a Les 3 viles que provenen de l'esforç empresarial: Estades esportives d'esportistes professionals abans d'una competició i concentracions d'equips per preparar la temporada.</p> <p>Turistes que venen a practicar golf per motius de plaer o que són més competitius i cerquen jugar a diferents camps. Normalment combinant Barcelona, allotjament de qualitat, oferta cultural i gastronomia. Participants en tornejos. Tot i això, el gruix del client de Golf de Les 3 viles és de proximitat i repetitiu.</p>	<p>Mitjana</p> <p>Mitjana- Alta</p> <p>Alta</p>	<p>Alta</p> <p>Alta</p> <p>Alta</p>

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

4) Estratègia de producte i mercat

	Mercat principal	Competitivitat	Rellevància
Colònies	És una demanda ja existent gràcies a les dues cases de colònies que ofereixen les seves propostes amb èxit. Això ens permet tenir una proposta de potencials activitats per a famílies, així com oferir-los propostes impulsades pels ajuntaments per conèixer el territori: rutes, gimcanes online, per exemple.	Alta	Mitjana
Esdeveniments familiars	Casaments, aniversaris i celebracions familiars gràcies a l'oferta existent de masies i establiments especialitzats. Requereixen un important volum de serveis, i allotjament, en la majoria de casos, ja gestionat per empreses especialitzades. Es preveu un increment d'esdeveniments durant 2022 per la paralització els anys anteriors	Alta	Mitjana
Petites reunions	Cerquen llocs especials i emblemàtics bona tecnologia, combinació de plaer i negocis, activitats interactives i col·laboratives. Dirigit al mercat nacional principalment. A través de contactes del mercat intern de proximitat Barcelona i Maresme. Les TIC ens obliguen a oferir propostes mixtes, ja que els organitzadors ho demanaran.	Mitjana	Mitjana
Turista de negocis	És una demanda obligada, pel fet que són professionals que tenen visites comercials, depèn directament de la dinàmica econòmica de la zona Les videoconferències han reduït algunes reunions presencials. És un segment interessant pel seu poder desestacionalitzador (entre setmana i fora de la temporada estival).	Baixa	Mitjana
Esdeveniments culturals, fires i festes	Normalment en el nostre cas són esdeveniments per un mercat local i de proximitat. De gran rellevància perquè posiciona i dinamitza els municipis, és una oferta d'interès no només pel local, sinó també pel visitant. Per això es considerarà un producte d'alta rellevància a promoure.	Mitjana	Molt Alta
Rodatges	El responsable de localitzacions d'una producció bé sigui publicitària, cinematogràfica o televisiva. És un bon reclam de promoció per a la zona. Són demandes esporàdiques.	Mitjana -alta	Mitjana - Alta

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

4) Estratègia de producte i mercat

Excursionisme	Mercat principal	Competitivitat	Rellevància
Platja	Famílies, parelles i amics que venen de Barcelona i entorn, a passar el dia o unes hores a la platja. Bona oferta de guinguetes a la platja. No és necessari promocionar-ho.	Alta	Baixa
Descoberta cultural	Mercat català i de proximitat, venen a passar el dia combinant una activitat, passejada i dinar. En moltes ocasions va lligat a un esdeveniment concret. Interessant segment familiar i parelles. Hem de crear propostes atractives. La Fundació Palau Picasso ha de ser una oportunitat.	Mitjana- Alta	Alta
Sortides familiars	Famílies de l'àrea metropolitana, que busquen passar el dia on els nens gaudeixin aprenguin, els pares puguin gaudir d'ells, però estar tranquils. Serveis específics (restaurants, àrees d'esbarjo, seguretat...)	Mitjana - Alta	Alta
Gastronòmica	Els esdeveniments i fer una sortida per menjar bé gaudint de l'entorn és una demanda existent a Les 3 viles, ja que tenen una oferta gastronòmica variada, que combina les guinguetes al mar, restaurants al port, al golf, als nuclis urbans i masies. A més hi ha productes autòctons que els posicionen reconeguts com el pèsol garrofal de Llavaneres i la coca. Hi ha recorregut per treballar més intensament de forma conjunta.	Mitjana - Alta	Molt Alta
Salut- aigües termals	El tipus de client principalment del Balneari de Caldes d'Estrac és de l'Imerso, gent local, client variat allotjats a l'entorn. És un mercat que ha anat a la baixa perquè hem perdut competitivitat. El tancament de l'hotel Colon no ajuda. És un valor diferencial i que la situació actual ens treu competitivitat a Les 3 viles	Mitjana - Baixa	Mitjana- alta
Senderisme	Mercat català de proximitat, que cerquen nous indrets. Adults, un públic important femení i sèniors per mantenir-se en forma. Rutes senzilles per a turisme familiar amb activitats per ells (parcs infantils, àrees d'esbarjo, jocs de pistes).	Mitjana	Mitjana
BTT	Mercat de proximitat, amants de la bicicleta de muntanya. Rutes de nivell mitjà	Mitjana	Baixa
Bicicleta elèctrica	Té un alt creixement i es dirigeix sobretot a un públic adult que vol gaudir de la natura, fer esport, però que no està en forma al 100%. Bicicleta de carretera Oportunitat amb el projecte del carril de bicicleta per la nacional	Baixa	Mitjana - alta

4.1 Model de producte turístic de Les 3 viles

4.1.3 Estratègies

5) Estratègia d'aliances

Consisteix a identificar oportunitats d'aliances amb altres administracions, entitats i empreses per desenvolupar noves experiències turístiques, accions de co-marketing i co-branding.

Organismes claus a formar part dels seus programes i participar de forma activa per incrementar les oportunitats de col·laborar en projectes, incrementar la competitivitat i oportunitats de promoció.

- **Agència Catalana de Turisme**, membre i adherir-se a marques relacionades amb cultura (Fundació Palau- Picasso), Golf, Prèmium, establiments i oferta relacionat amb turisme esportiu.
- **Diputació de Barcelona**, Cercle de turisme, programa PIT, Biosphere i promoció a través dels seus programes i eines de comunicació.
- **Diputació de Barcelona**, xarxa de museus locals.
- **Consorci de Turisme del Maresme i Consell Comarcal.**
- **RENFE**, convenis de col·laboració i promoció en les estacions de tren.
- **Viles florides.**
- **Barcelona Golf Destination**, Golf Llavanes i la potencial adhesió de Golf Sant Vicenç de Montalt.

Col·laboració amb les entitats de Les 3 viles:

Hotels, HUT i residències, restauració (representant del gremi), associacions d'hostaleria i comerç, Port Balís, Museus Arxiu Llavanes, Fundació Palau, Golf de Llavanes, Golf de Sant Vicenç de Montalt, Pitch&Put HCP i Tennis Mora, Port Balís, empreses d'activitats nàutiques, empreses de lloguer de vil·les i apartaments i immobiliàries de la zona, Supermaresme, etc.

Col·laboració amb entitats claus de l'entorn:

Establir aliances amb pilars culturals de la ciutat el Museu Picasso de Barcelona. Aliances amb Mataró i Arenys de Mar per fer acords de promoció conjunta.

Espònsors per a esdeveniments concrets.



4.2 Producte turístic de Les 3 viles

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 CULTURA A LES 3 VILES:

- Espais singulars:
 - 1P - Fundació Palau. Picasso a Les 3 viles
 - 2P - Museu Arxiu Llavanes. Can Caralt, museu de Llavanes.
 - 3P - La Llar del Pessebre
- Relats a posar en valor
 - 4P - L'estiu burgès a Les 3 viles. "Els bojos anys 20"
 - 5P - Les 3 viles durant la Guerra Civil. Pobles de refugi i salvaguarda
 - 6P - Els nuclis antics de Les 3 viles. Ruta modernista a Les 3 viles.
- Cultura en família
 - 7P - Passeig al passat.
 - 8P - Gimcanes digitals de Les 3 viles
 - 9P - Tria l'aventura a Les 3 viles
- Les 3 viles Gourmet
 - 10P - Esdeveniments gastronòmics
 - 11P - La cuina termal de Caldes d'Estrac
 - 12P - Productes autòctons amb marca: Coca de Llavanes, el pèsol garrofal, recuperació de productes.

4.2.2 ENTORN NATURAL I PARCS URBANS A LES 3 VILES

- Els senders de Les 3 viles:
 - 13P - Rutes de Les 3 viles. Rutes a peu i en bicicleta per l'entorn natural.
 - 14P - Camins al Montalt
 - 15P - Camí de Sant Jaume - Via Marina
- 16P - Rutes amb propòsit: Ruta Selfies de Les 3 viles, la Ruta Megalítica, Atrapa els Xurravins, la Ruta dels Parcs Infantils i la ruta dels Parcs Històrics de Les 3 viles (Can Muntanyà, Parc dels germans Gabrielistes i Jardins de Ca l'Alfaro)

4.2.3 (17P) GOLF A LES 3 VILES - GOLF COSTA BARCELONA - MARESME

4.2.4 (18P) TURISME ESPORTIU: ESPORTS NÀUTICS. ESDEVENIMENTS I ESTADES

4.2.5 (19P) TURISME SALUT I BENESTAR. CALDES D'ESTRAC VILA TERMAL

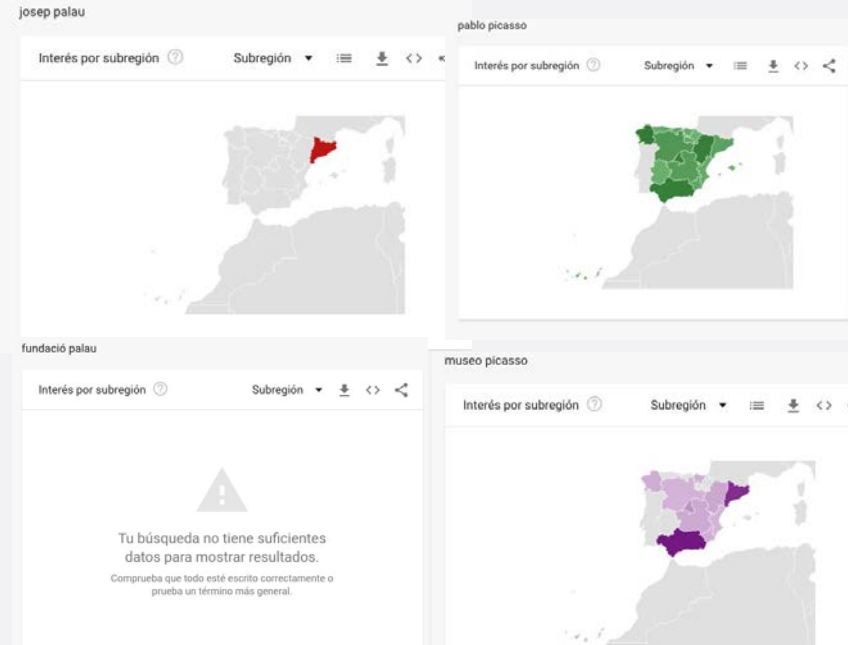
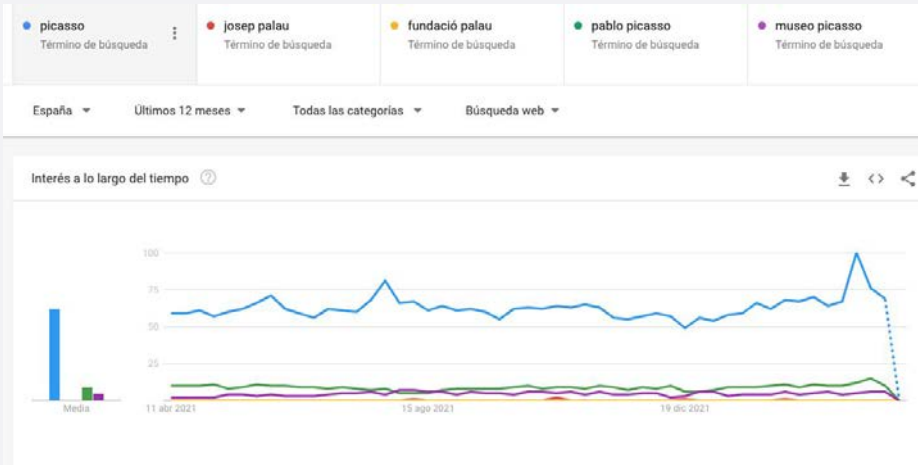
4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

1P - ESPAIS SINGULARS - FUNDACIÓ PALAU

La Fundació Palau és el gran referent cultural i també hauria de ser l'Oficina de Turisme principal de Les 3 viles durant l'any (sis mesos dona servei el personal de l'Oficina de Turisme i sis mesos es complementa amb el personal de la Fundació). Des d'un punt de vista de projecció internacional la Fundació perd l'oportunitat de difondre la figura d'en Palau a través de Picasso.

Si observem els resultats que obtenim de Google Trends dels últims dotze mesos podem comprovar el que intuïem: la recerca de les paraules clau Picasso, Pablo Picasso o Museu Picasso és molt superior que la recerca de Josep Palau i la Fundació Palau, i també hi ha grans diferències en l'àmbit territorial.



4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

1P - ESPAIS SINGULARS - FUNDACIÓ PALAU

Accions recomanades amb l'objectiu d'incrementar les visites i el coneixement de la Fundació:

- **Proposem un canvi de nom comercial que inclogui el terme "Picasso"**. Hi ha dues propostes, la més conservadora seria: Fundació Palau - Picasso, i la proposta per la qual apostem: Museu Picasso - Fundació Palau.
- **Audioguia "Estimat Picasso"** És necessari tenir un producte per al públic general nacional i internacional que pugui guiar-se per l'exposició sense prèvia reserva. Hauria d'estar disponible en castellà, català, francès i anglès. La visita seria conduïda per la veu d'en Josep Palau que en primera persona és com si ens acompanyés en el recorregut. Ens parlarà dels seus vint-i-cinc anys d'amistat amb Picasso, de les obres que li va regalar l'artista i les que va adquirir, així com dels llibres que va publicar sobre l'obra del pintor.
- **Audioguia "Recorregut per la pintura del s. XX, a través d'en Palau"**. Proposta audioguiada per les principals obres exposades i homenatge als Palau, pare i fill. Idiomes cast. i cat., amb el temps prioritzem el francès i l'anglès.
- **Ruta autoguiada exprés dels imprescindibles del Museu** a través d'una selecció de deu pistes d'àudio o informació impresa o mitjançant codi QR al web en diferents idiomes. Dirigit a aquelles persones que no tenen molt temps i/o volen fer una visita més ràpida d'allò que no et pots perdre.
- **Visites guiades en cap de setmana en català** (castellà, francès i anglès a demanda) horari fix a preu per exemple de 8 € a partir de setmana santa fins a l'octubre. Les visites han de ser molt més visibles i promocionades que en l'actualitat.
- **Experiències turístiques especials**, normalment es duen a terme a la primavera i l'estiu, amb un preu que oscil·la entre els 8 i els 15 €, només la visita. Es poden proposar experiències combinades a la tarda: visita guiada a l'exposició permanent i sopar. Altres possibilitats que potenciïn propostes com:
 - Llegendes nocturnes.
 - Música en espais singulars
 - Fundació Palau ofereix les següents rutes que es podrien combinar amb experiències gastronòmiques
 - Ruta Cultural: Caldes d'Estrac. Poetes, personatges i llegendes. Què pot adaptar-se amb un contingut autoguiat i geolocalitzat.
 - Ruta Literària: "Caldes d'Estrac, perla de poetes"
- **Ecommerce per a la venda d'entrades i experiències**. És una acció important, ja que també ens permetrà oferir preus promocionals a través d'acords comercials amb els allotjaments de Les 3 viles, gràcies a un codi promocional per al web.

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

1P - ESPAIS SINGULARS - FUNDACIÓ PALAU

- **Optimització del perfil actual de Google Maps.** És molt important tenir actualitzada la fitxa: material gràfic actualitzat, horaris, dies d'obertura, nous esdeveniments, exposicions i activitats, continguts curiosos i venda d'entrades. Introduir informació sobre la col·lecció Picasso, que actualment no promocionem com a principal reclam. Destaquem que sí que es contesten les ressenyes.
- **Millora de la informació sobre la Fundació en plataformes online, guies, etc.** Per exemple en Visitmuseum, el portal dels museus de Catalunya que està en diferents idiomes, la informació és molt pobre, com també la imatge gràfica. En TripAdvisor s'ha d'incrementar el nombre de ressenyes i donar resposta, etc.
- Finalment, als usuaris de la Fundació els hem de convidar al fet que facin ressenyes. També és rellevant tenir informació del visitant, no només d'on és, sinó de com ens ha conegut i a través de quin mitjà.



4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

2P - ESPAIS SINGULARS - MUSEU ARXIU DE LLAVANERES

El Museu-Arxiu de Llavanes es troba en un edifici singular, Can Caralt, una antiga masia del segle XVIII transformada en casa senyorial a la segona meitat del segle XIX, té un espai enjardinat i vistes a la Mediterrània. Destaca sobretot la pinacoteca i escultura d'artistes de finals del segle XIX fins a l'actualitat, i té dues sales amb una col·lecció de ràdios, càmeres fotogràfiques i projectors des de finals del segle XIX.

Accions recomanades:

- **Proposem l'encàrrec d'un projecte específic per a incrementar l'atractiu cultural i turístic del Museu Arxiu de Llavanes.** Concretament, haurà de definir la conceptualització, el pla d'usos i activitats. Seria necessari ressaltar les obres més importants de la pinacoteca, perquè puguin ser més valorades pel visitant. Can Caralt ha de ser una peça clau en la dinamització turística i cultural de Llavanes i Les 3 viles
- **Confecció d'un recorregut autoguiat amb les 15 obres imprescindibles del Museu.** Codis QR en cada una de les obres, es podrà escoltar un àudio i/o llegir informació sobre l'obra en diferents idiomes. A l'inici del recorregut hi haurà una pista de benvinguda i explicarà la interessant història de l'edifici, i del Compte Caralt que dona nom al Museu.
- **Rebatejar el nom del Museu, bé amb l'especificitat del que exposa o del nom de la casa, Can Caralt - Museu de Llavanes.** Buscant un nom més competitiu, però que mantingui l'essència de l'espai.
- Proposem valorar la possibilitat de dotar el museu d'un **espai- terrassa gastronòmica i activitats artístiques**, per tal d'oferir una proposta atractiva al municipi i al visitant. Aquest que ens visiti, podrà gaudir de l'enclavament cultural i afegir un extra amb una degustació de tapes o una beguda en aquesta magnífica localització. Gaudir de la cultura i les vistes panoràmiques del mar i del Maresme, és tot un luxe amb una espectacular casa modernista de fons. Aquests models són comuns dins altres localitats catalanes, com és el cas de Can Ginestar a Sant Just Desvern, on junten l'espai de cultura amb la gastronomia. Un altre exemple és el Palau Maricel a Sitges, en aquest cas l'espai cobra més importància l'edifici i és un reclam de visita, en visualitzar les obres en un espai únic i preciós.

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

2P - ESPAIS SINGULARS - MUSEU ARXIU DE LLAVANERES

- Proposem que Can Caralt es converteixi en l'**espai d'exposició permanent dels relats principals que uneixen històricament Les 3 viles, almenys l'Estiueig burgès**. És el lloc ideal per poder explicar les diferents rutes culturals de sortida des de Llavaneres i que s'estendran pels 3 municipis. Els relats que proposem que albergui és l'Estiueig a Les 3 viles, complementat amb el Modernisme (que es pot estendre la ruta pels altres municipis). Can Caralt pot habilitar un espai per contar la història conjunta i d'aquesta manera enfortir la proposta cultural.
- Conjuntament amb altres espais de Les 3 viles formaria part d'un esdeveniment, tipus **cap de setmana "Els bojos anys 20 a Les 3 viles"**, on es recrearan diferents actes festius.
- **Crear un diàleg estable i de treball col·laboratiu entre la Fundació Palau i el Museu Arxiu de Llavaneres** en projectes de dinamització cultural-turística.
- També seria interessant reforçar el servei de Punt d'Informació Turística de Les 3 viles.



Referent: Can Ginestar



Can Caralt

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

3P - ESPAIS SINGULARS - LLAR DEL PESSEBRE

La Llar del Pessebre se situa al Casal de Cultura, plaça del Poble, 6, en la planta baixa. Ocupa una superfície d'aproximadament uns 150 m². A la planta primera hi ha una sala amb exposicions temporals.

Les exposicions de pessebres són significatives i conegudes per la zona, es van presentar com a possible seu de la llar del pessebre de Catalunya, finalment no van guanyar la candidatura.

Seria interessant la creació d'un projecte per tal de revalorar aquest espai i un programa d'activitats.



4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

4P - RELATS A POSAR EN VALOR: L'ESTIUEIG BURGÈS A LES 3 VILES I "ELS BOJOS ANYS 20"

Descripció: Les festes de l'elit política i industrial de Barcelona, les cases i mansions de luxe que es construïren, els personatges icònics i artistes il·lustres, podrien ser protagonistes d'un recorregut cultural força interessant. En acabar la I Guerra Mundial, l'hotel Colón va passar a ser casino, tal va ser l'èxit que va entrar en servei un tren directe des de Barcelona, batejat amb el nom Fletxa d'Or. Queden vestigis de les cases de l'època, més concentrades a la vora del mar, ple d'històries de famílies influents i adinerades. Vivien a cavall entre Barcelona i Les 3 viles, que ens permet i finestres a una de les etapes més icòniques del segle XX.

El relat ha de convertir-se en producte turístic característic de Les 3 viles amb diferents nivells d'interpretació (ruta, esdeveniments, exposició permanent i temporals, etc.)

Públic objectiu: ciutadania i visitants nacionals sobretot. Els anys vint estan en la memòria popular de tot el món i podria interessar als viatgers internacionals.

Objectius: diferenciar a Les 3 viles amb un producte compartit i atractiu per a tots els públics

Disseny de l'acció:

El contingut es pot estructurar a partir de certes preguntes sobre els estiuejants més reconeguts. Quan vingueren, per què i què feien abans, durant i després de les estiuejades. Es podria dibuixar perfectament un quadre de Les 3 viles a partir d'aquestes personalitats, sobretot si les triem d'acord amb la seva iconicitat i representativitat.

Ruta cultural

- Confecció del relat, l'itinerari i els continguts. La ruta cultural que abrasi Les 3 viles per igual per evitar atomitzar el relat. El visitant pot fer els fragments que vulgui, però la idea és que tots els fragments encaixin en un relat més gran conjunt.
- Disseny de la imatge gràfica del producte. Senyalització amb Codi QR que redirigiran al text o àudios. Per facilitar el recorregut hauríem de geolocalitzar tots els recursos a part de fer un mapa físic (que sempre és convenient) i marcar els punts d'interès amb panells informatius amb informació bàsica i codi QR. El QR seleccionaria automàticament el fragment corresponent a la localització dins d'una llista de reproducció. Que el visitant hagi d'escanejar només una vegada.
- Com l'audioguia té un límit de longitud i adaptació al client, recomanem la contractació de guies en temporades altes. Aquest seria el format ideal per transmetre la història de la manera més interactiva i única. Promocionar la visita als centres de les viles i als llocs més freqüentats per turistes.

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

4P - RELATS A POSAR EN VALOR: L'ESTIU EIG BURGÈS A LES 3 VILES I "ELS BOJOS ANYS 20"

Disseny de l'acció:

- Recomanem l'ús de quatre idiomes que es pot solucionar amb els codis QR: català, castellà, francès i anglès. El mateix amb l'audioguia i les visites guiades (aquestes últimes en català i prèvia reserva).
- Material de promoció i campanya de suport de promoció local.

Festa temàtica

- Necessitem una recerca inicial per conèixer que es feia exactament en aquestes festes i que és possible recrear per apropar-nos a un màxim possible de fidelitat.
- Per mantenir la sensació d'una festa d'època caldria considerar la possibilitat d'un codi de vestimenta d'acord amb la suposada formalitat que tindrien tals esdeveniments.
- La tria de l'emplaçament és un aspecte clau. Una bona tria ens possibilitaria mantenir molt fàcilment la veracitat històrica de la festa, fent meravelles per l'ambientació amb un mínim d'esforç. Tenir l'hotel Colon seria ideal, però Santa Romana és una altra gran opció que a més està oberta a esdeveniments, Can Caralt, el Passeig, per exemple.
- Amb aquesta festa volem donar recrear l'època històrica i el gaudi dels participants.

Can Caralt, exposició permanent i explicació de l'itinerari

- Per fer conèixer el passat tenim institucions com Can Caralt. Una altra casa d'època que ara és un museu. Incloure una exposició específicament sobre el passat estiu eig de Les 3 viles.

Gestió i actors involucrats: Ajuntament de Sant Andreu de Llavaneres, Can Caralt, Ajuntament de Caldes d'Estrac i Sant Vicenç de Montalt. Mesa de Turisme, Consell Comarcal del Maresme. Diputació de Barcelona, Museu Arxiu de Llavaneres, entitats culturals ([Exposició d'estiu eig a Arenys de Mar](#))

Pressupost orientatiu i calendari: 2023-24 la realització del projecte, dotació pressupostària: 7.800 €. Disseny i producció 2024-25

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

4P - RELATS A POSAR EN VALOR: L'ESTIUEIG BURGÈS A LES 3 VILES I "ELS BOJOS ANYS 20"



4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

5P - RELATS A POSAR EN VALOR: LA GUERRA CIVIL A LES 3 VILES. REFUGI I ÚLTIMS DIES

Descripció: La Guerra Civil Espanyola a Les 3 viles és una història compartida i marcada en l'imaginari col·lectiu. Els relats ens parlen de les darreres etapes de la guerra, quan qui passa per Les 3 viles ho fa en mig d'una fugida desesperada cap al nord. A part de la temàtica dels refugiats, s'instal·len algunes ambaixades fugides de Barcelona pels bombardejos que començaren en el 36, avui dia encara queden en peu algunes mansions identificades. També tenim referència de la batalla del Balís, l'empremta de l'obús de l'església de Sant Vicenç i el niu de metralladora al passeig de Llaveneres. Les mateixes cases opulentes són refugis dels rics i poderosos durant la guerra, inclòs el Govern de la República amb el seu president Azaña i el seu seguici de fugida cap a França. Tenim, a més a més, la fugida de refugiats en massa cap a França, la massacre dels germans gabrielistes que es va realitzar en el Parc que porta al mateix nom a Sant Vicenç, moments de l'ocupació alemanya i l'expropiació de les cases després de la guerra.

Les opcions són variades, però interessants, s'ha de construir el relat a partir dels estudis duts a terme i alguns ja en procés pel projecte que impulsa el Consell Comarcal.

Públic objectiu: ciutadania i visitants nacionals. La guerra civil no té el mateix reconeixement internacional, però considerant que una bona quantitat dels punts d'interès coincideixen amb el producte dels anys vint és una possibilitat que els visitants enllacin. Diferents adaptacions per a un públic adult i també més jove.

Objectius: Conscienciar sobre la tragèdia de les guerres i crear un itinerari que complementi l'oferta cultural de Les 3 viles. Convertir les localitzacions en protagonistes del fet històric de la Guerra Civil, promocionant una història compartida

Disseny de l'acció:

El relat necessita un projecte específic i ha d'encabir-se i complementar La Ruta de la Guerra Civil que s'està realitzant al Maresme. Els punts claus seran:

- Ruta cultural que compregui Les 3 viles per igual per evitar atomitzar el relat el màxim possible. El visitant pot fer els fragments que vulgui, però la idea és que tots els fragments encaixin en un relat més gran que es pugui explicar en conjunt. Relats més diferencials: les Ambaixades, lloc de refugi. Últims dies, fugida del Govern de la República.
- Disseny de la imatge gràfica del producte, relat i punts de ruta.

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

5P - RELATS A POSAR EN VALOR: LA GUERRA CIVIL A LES 3 VILES. REFUGI I ÚLTIMS DIES

- Recerca de material de base a Les 3 viles: documentals, testimonis, material gràfic, etc.
- Redacció de continguts segons públics i formats: visita audioguiada, visita amb suport online, visita guiada puntual amb un expert i visites escolars de proximitat. Dos idiomes mínim (català i castellà).
- Geolocalització de tots els recursos que formin part de l'itinerari i confecció d'un mapa guia físic. Marcar els punts d'interès amb plaques identificatives que identificaran la ruta i el Codi QR corresponent que ens portarà a informació sobre el punt i àudio, on podem escollir l'idioma. El QR ha d'incloure informació també, en aquest cas considerem prioritàries les imatges. Es mostrarà fotografies antigues de temps de guerra o immediatament després contextualitzades, tenim algunes molt curioses de soldats a la platja, per exemple. Es recomana que la ruta estigui almenys en català i castellà.
- En un futur es pot complementar amb un espai expositiu permanent, que complementés l'itinerari. Proposem que sigui a Sant Vicenç de Montalt la seu del centre de memòria històrica. El Consell Comarcal situa el centre d'interpretació a Montgat, anteriorment a Sant, es podria crear una altra subseu a Sant Vicenç, i també albergar exposicions temporals.

El Consell Comarcal del Maresme ha impulsat la Ruta de la Guerra Civil que s'estructura en tres eixos: El Front i Rereguarda, la Defensa de la Costa i les Ambaixades. Participen en el projecte Sant Vicenç i Caldetes, però no Llanereres. Sant Vicenç i Caldes són els protagonistes a l'itinerari de les Ambaixades i tenen diferents punts als altres dos eixos.

La ruta se senyalitzarà, s'utilitzarà codis QR i suport en una app-web en diversos idiomes. Es pot aprofitar alguna de les senyalitzacions per incorporar la imatge gràfica de l'Estiueig de Les 3 viles, ja que comparteixen recursos.

Gestió i actors involucrats: Ajuntament de Sant Vicenç de Montalt Seu de l'exposició permanent. Ajuntament de Caldes d'Estrac i Sant Andreu de Llanereres. Consell Comarcal del Maresme. Diputació de Barcelona. Museu Arxiu de Llanereres, Cultura Biblioteca de sant Vicenç de Montalt, Cultura de Caldes d'Estrac, Arxiu comarcal, etc.

Pressupost orientatiu i calendari: 2023 s'executarà les rutes. Dotació pressupostària: 9.000 € per ampliació de projecte a Sant Vicenç de Montalt. Execució i promoció 2024-25

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

6P - RELAT A POSAR EN VALOR: ELS NUCLIS ANTICS DE LES 3 VILES - RUTA MODERNISTA A LES 3 VILES

Descripció: Creació d'itineraris audioguiats, que donin resposta a les necessitats dels visitants a l'hora de conèixer el territori de Les 3 viles. Incrementar el valor i ampliar les rutes actuals.

Públic objectiu: ciutadania, visitants nacionals i internacionals prioritat mercat francès

Objectius. Promoure la visita als nuclis antics dels tres municipis, mentre passegen i descobreixen el comerç i la restauració de la zona. Incrementar l'atractiu de la ruta modernista i ampliació a Les 3 viles

Disseny de l'acció:

- Sant Andreu de Llavaneres, té la Ruta Modernista que abraça tot el municipi. Està senyalitzada i els principals atractius se centra en el nucli de Sant Andreu de Llavaneres, on també s'incorpora l'església de Sant Andreu on podem trobar obres del pintor modernista Lluís Masriera, i sobretot el retaule major del segle XVI. S'hauria d'oferir en diferents idiomes en el cas de Llavaneres a través de codi QR, en text i àudio, i valorar la seva ampliació a Les 3 viles aprofitant la imatge creada, però simplificant la producció a través de codi QR i senyals més tites o integrades en altres existents.
- Caldes d'Estrac ja tenen un itinerari pel nucli antic i un altre itinerari per tot el municipi *Itinerari turístic i cultural* senyalitzat i en diferents idiomes a través de codi QR
- Sant Vicenç de Montalt estaria en procés de posar-ho en marxa. S'hauran d'escollir els punts estratègics i consensuar recorreguts accessibles per tothom i que englobin els millors atractius.

Proposta facilitada per l'Ajuntament com a itinerari pel nucli antic de Sant Vicenç de Montalt:

- Després de l'església, pujant pel carrer Sant Antoni i passant per la bonica plaça del Poble, on hi ha el Pessebre, continuant pel carrer Major, davant de l'estanc, hi ha una vista molt bonica del carrer de Dalt. Es pot continuar Torre de Can Sauri-Brunet, continuar per la passera del pont on a mitja passera es pot veure, a la dreta la muntanya i a l'esquerra el mar. Baixant pel carrer de Sant Isidre i tirant a la dreta hi ha el carrer de Dalt que conserva encara l'estil de "poble". Baixant per un dels carrers que van a parar a la Riera, pot ser el Carrer Nou, des de la Riera es puja per la Baixada de la Riera i es va a parar a la, plaça.
- Confecció de l'itinerari, continguts, traduccions i àudios. Aproximadament uns 15 punts.
- Generació de 15 QR amb material proporcionat pel client.
- 15 faristols de ferro o fusta tractada de 80 cm d'altura Impressió en vinil amb laminat UVI (20 x 20 cm aprox.) Disseny i impressió de 1000 tríptics/plans a color amb la ruta

Gestió i actors involucrats: Ajuntament de Sant Vicenç de Montalt

Pressupost orientatiu i calendari: 2023

Un idioma: 5.500 €. Recomanem fer-ho en castellà. Després en francès i per últim en anglès.

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

7P - CULTURA EN FAMÍLIA: UN PASSEIG AL PASSAT DE LES 3 VILES

Descripció: Ruta autoguiada gamificada dirigida a famílies que recorre el passeig de quatre quilòmetres de Les 3 viles. És bassa en la combinació de diferents moments històrics i curiositats dels elements immobles i l'arqueologia del punt de vista. La dinàmica suposa resoldre diferents proves i un enigma final. D'aquesta manera la família juga junta i coneix alguns aspectes històrics, costums i personatges més il·lustres.

El projecte es troba en fase d'execució:

- En 2021 es va realitzar l'itinerari, el contingut i la dinàmica de joc. I el contingut web.
- Durant 2022 es durà a terme la producció (en procés)

Es planteja una tercera fase que remarcaria alguns dels punts del recorregut mitjançant la reproducció de fotografia antiga fent servir la tècnica de l'arqueologia de punt de vista. I la traducció a altres idiomes, almenys el castellà.

Públic objectiu: famílies de Les 3 viles residents i residents temporals.

Objectius.

Promoure la cultura i recorre el passeig que comparteix Les 3 viles. Incrementar la satisfacció dels més petits jugant amb els pares.

Disseny de l'acció:

Fases executades o en procés de realització

- Elecció dels recursos i elaboració del relat.
- Disseny d'un mapa físic i digital que doni suport a la gimcana. Fotografies i pistes per ajudar als nens. Fotografies antigues opcionals. Tendència vintage.
- Planificació del recorregut. 15 punts escampats pels quatre km de passeig marítim.
- Plantejament del material de suport: llibreta de pistes, llapis i binocles
- Mentre que és eminentment una activitat enfocada als nens, s'inclou informació addicional mitjançant codi QR fàcilment que serveix per ampliar informació al web
- Disseny i producció dels diferents elements que formen part del producte.

4.2. Producte turístic de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

7P -CULTURA EN FAMÍLIA: UN PASSEIG AL PASSAT DE LES 3 VILES

Segona fase

- Ampliació del projecte del viatge al passat (ruta) amb una sèrie d'incorporacions de punts indicadors del recorregut de la ruta per Les 3 viles.
- Elecció dels punts més representatius a mostrar, elecció de fotografies antigues i treballar per la bona comparació del passat i del present.
- Utilitzar la tècnica de l'arqueologia del punt de vista, la qual consisteix a revalorar el passat a partir de la seva comprensió i de la seva transformació fins a l'actualitat. Així el visitant serà capaç d'entendre com l'espai i les viles han evolucionat fins als nostres dies.
- Es proposa la col·locació de cartells o plafons amb un fotomuntatge o les fotografies antigues, per tal de mostrar el canvi.
- Serà necessària la col·laboració amb entitats com l'arxiu comarcal, l'arxiu municipal i altres entitats de Les 3 viles.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles, l'Arxiu comarcal, l'Arxiu municipal i altres entitats de Les 3 viles. Diputació de Barcelona.

Pressupost orientatiu i calendari: Prioritari 2022 i 2023.



4.2. Productes turístics de Les 3 viles :

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

8P - CULTURA EN FAMÍLIA: GIMCANES DIGITALS DE LES 3 VILES

Descripció: Els tres municipis han portat a terme tres gimcanes digitals. Cada una d'elles transcorre per cada un dels municipis. La proposta consisteix en la promoció de conjunta de les tres propostes, perquè d'aquesta manera les famílies voltin pels municipis.

Públic objectiu: joves, infantil i famílies Les 3 viles residents i residents temporals.

Objectius: Promocionar conjuntament les tres gimcanes entre el públic local i visitant

Disseny de l'acció:

- Material de promoció conjunta on i offline oferint les 3 Gimcanes de Les 3 viles.
 - El tresor d'un rei de Llanereres, disponible en català i castellà.
 - A la recerca de les aigües encantades a Caldes d'Estrac en català, castellà, anglès i francès
 - Dues propostes: Guardians del cel i L'estiu del 1963 estan disponibles en català, castellà, anglès i francès
- Fer en francès i anglès la proposta de Llanereres
- Difusió entre els canals propis i afins.
- Formarà part del pack de benvinguda per a les famílies que s'allotgen en la destinació



Gestió i actors involucrats: Ajuntaments, a través del Dinamitzador

Pressupost orientatiu i calendari: 2022-23 Dotació pressupostària 1.000 €

4.2. Productes turístics de Les 3 viles :

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

9P - CULTURA EN FAMÍLIA: TRIA L'AVENTURA A LES 3 VILES

Descripció: El producte està basat en els famosos llibres juvenils de *Choose your Own Adventure* dels anys vuitanta, en els quals el lector es converteix en decisor de com transcorrerà la història. Pren decisions durant la lectura del llibre i canvia el futur dels personatges i també el desenllaç final. La proposta es basa en aquest tipus de llibre, però transformada en un producte turístic enfocat a un públic juvenil i familiar. En el nostre cas serà una audioaventura i el jugador haurà d'escollir entre dues pistes, segons la seva elecció la ruta i el final canviarà.

Públic objectiu: joves i famílies de Les 3 viles residents i residents temporals.

Objectius: Fer descobrir Les 3 viles d'una forma divertida i aproximar-nos a aquells punts que ens pugui interessar, que són els atractius, les zones comercials i de restauració, etc.

Disseny de l'acció:

- Audioaventures que es poden relacionar amb cada una de les rutes que es posin en marxa. Valorem que els finals de les opcions de les audioaventures acabin a prop de zones comercials i de restauració o un recurs a visitar.
- Confecció del relat d'aventura i la dinàmica de salts.
- Gravació de les locucions versió en català.
- Postproducció. Edició i realització sonora.
- Adaptació dels continguts sonors per la distribució segons plataforma escollida. Web pròpia o plataforma d'audioguies.
- Forma de l'audiollibre proposem una targeta si el producte té un preu. Aquesta fórmula es podria aplicar a tots els productes de format similar.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments, Fundació Palau, Museu Arxiu de Llanerers. Diputació de Barcelona

Pressupost orientatiu i calendari: 2023-24

Un idioma: una audioaventura, dotació pressupostària: 4.800 € un idioma

Targetes de venda com a productes, plataforma web-app i estadístiques: 1.000 targetes uns 1.000 euros

Alternativa: web pròpia o altres plataformes com izi.TRAVEL.



4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

10P - LES 3 VILES GURMET. ESDEVENIMENTS GASTRONÒMICS

Descripció:

La Festa del Pèsol (de l'1 al 4 d'abril) i la Mostra Gastronòmica del Pèsol de Garrofal de Llavaneres (11 març fins a l'1 de maig) i la Pesolada de Caldes d'Estrac (març i maig), són manifestacions de llarga tradició i estan molt arrelades. Proposem que per completar els esdeveniments gastronòmics, es recuperi les Jornades gastronòmiques de la patata, actualment interrompuda des de 2017. Considerem que era una bona iniciativa, donada la immensa popularitat del producte i la tradició en el passat del seu cultiu al municipi.

Públic objectiu: ciutadania, mercat de proximitat i visitants.

Objectius. Dinamitzar la restauració i el coneixement del municipi i Les 3 viles

Disseny de l'acció:

Recuperar les jornades de la patata per incorporar-la a l'oferta d'activitats amb l'adaptació de detalls que fos necessari.

- Calendari acostumat, molt favorable. Es començava al maig fins al juny, és un aspecte que val la pena conservar i no competeix amb les mostres del pèsol. A la tardor també podria ser una altra bona època, ja que el producte cuinat també s'agreu en èpoques més fredes.
- Sessió de treball amb la restauració per escoltar la seva opinió i adherir-se al projecte. Crear un petit grup que lideri la confecció d'un petit projecte, on es definirà les activitats, propostes i pressupost que es pugui assumir.
- Promoure el projecte per sumar adscrits i promotors.
- En el material promocional és bo incloure el preu de cada restaurant juntament amb plat que oferim com a part de les jornades. Ajuda al fet que el client faci una decisió informada.
- Continuar amb la tendència dels convidats especials, amb una mica d'informació sobre el convidat.
- Promoció amb mitjans propis i aliances.

Gestió i actors involucrats: Ajuntament de Sant Vicenç de Montalt. Restaurants de Sant Vicenç de Montalt i altres Restaurants de Les 3 viles que volguessin apuntar-se. Empresa externa per l'organització si es considera convenient.

Pressupost orientatiu i calendari: 2023, fer el projecte i realitzar la primera Jornada gastronòmica el 2024. Es pot cercar espònsors.

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

11P - LES 3 VILES GURMET: LA CUINA TERMAL DE CALDETES

Descripció: Diada o festivitat on es treballi la cuina de l'aigua termal de Caldes. Explicar els beneficis de l'aigua termal de la vila i els seus usos i qualitats a la cuina. Promoure unes jornades gastronòmiques al voltant de l'aigua termal.

Públic objectiu: ciutadania i visitants nacionals i internacionals

Objectius. Potenciar la imatge de Caldes d'Estrac com a vila termal.
Creació d'unes jornades o diada en relació amb l'aigua termal i els seus usos alimentaris.

Disseny de l'acció:

- Les propietats de l'aigua termal per la cuina hi ha diferents referències. El més comú és fer-la servir en la preparació de plats amb llegums, però qualsevol plat es beneficiaria del seu ús. Caldes de Montbui celebra el festival "Fem Bullir l'Olla" que al març. Incloure altres activitats per complementar la gastronomia. Tallers, demostracions i mercat especialment si acaba per ser una diada.
- Aprofitar que es tractaria d'una festivitat de nova creació per promocionar Caldes d'Estrac i Les 3 viles. Incloure negocis de Lllaneres i Sant Vicenç en la programació.
- Podria complementar la fira d'Aqua Càlida Un calendari preferiblement a la tardor, una varietat d'ofertes, ampliada amb el que poden oferir els altres municipis i oferir el menjar cuinat amb aigua termal al carrer major.
- Proposem que es comenci amb un grup de treball que defineixi un petit projecte, amb activitats i pressupost, per posteriorment afegir establiments que s'afegeixin a la Cuina amb aigua termal.

Gestió i actors involucrats: Agents privats i públics de Les 3 viles. Liderat per l'Ajuntament de Caldes d'Estrac.

Pressupost orientatiu i calendari: 2024 fer el projecte i realització de la primera Jornada gastronòmica el 2024'25. Es pot cercar espònsors.

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.1 Cultura a Les 3 viles

12P - LES 3 VILES GURMET. PRODUCTES AUTÒCTONS AMB MARCA

Descripció: Recollim les iniciatives i la tradició dels productes autòctons de Llaveneres: el pèsol garrofal i la coca de Llaveneres, coneguts i reconeguts. La poma farcida és un plat cuinat de llarga elaboració típic de la gastronomia de Llaveneres. Es proposa que Sant Vicenç de Montalt i Caldes d'Estrac treballin per a recuperar o crear un producte propi gastronòmic conjuntament amb el sector implicat. En el cas de Sant Vicenç de Montalt la recuperació del carquinyol de Sant Vicenç.

Recomanem enfortir la gastronomia de Les 3 viles amb la creació de la Marca Les 3 viles Gourmet, que identificarà els productes, els establiments i les activitats organitzades per a dinamitzar el turisme gastronòmic a la destinació en col·laboració amb els agents públics i privats.

Públic objectiu: ciutadania i visitants nacionals i internacional

Objectius: Conservació de les jornades dedicades als productes, la recuperació d'alguns altres que s'han perdut i la creació de productes en alguns casos.

Disseny de l'acció:

- Llaveneres té una gran varietat de productes que ja promoció per la seva banda. Incloure'l a la marca 3 viles. Destaquem el treball realitzat en la creació d'una marca local de qualitat.
- Sant Vicenç vol recuperar el carquinyoli. Recuperació de la recepta, promoció i treball conjunt amb els forners de Sant Vicenç per a la seva elaboració i promoció.
- Caldetes, no està fent feina en aquesta línia, suggerim fer un treball conjunt amb el sector de la restauració o forners per recuperar o crear un producte típic de Caldetes, podria ser un dolç o tenir relació amb l'aigua termal.
- La marca Les 3 viles Gourmet, destacarà als productes, als productors i elaboradors, els restaurants i es confeccionarà un calendari gastronòmic. Aquest calendari es promoció a Les 3 viles, al Maresme a través del Consorci de Turisme del Maresme, a la província a través de Barcelona molt més i als municipis confrontats, com Mataró i Arenys de Mar.

Gestió i actors involucrats: Productors, pagesos, restaurants, pastisseries i forns. Associacions relacionades. Ajuntaments de Les 3 viles. Diputació de Barcelona

Pressupost orientatiu i calendari: Suport a la promoció i dinamització 5.000. Marca Les 3 viles Gourmet i promoció 6.000 €. 2024

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.2 Entorn natural i parcs urbans a Les 3 viles

13P - ELS SENDERS DE LES 3 VILES

Descripció:

Presentem una distribució de diferents rutes a peu segons la dificultat i durada. Han estat seleccionades conjuntament amb el grup de treball *Natura a Les 3 viles*, s'han afegit alguna més que hem considerat d'interès a estudiar. S'han prioritzat aquelles rutes que tenen una fita d'interès: cultural, natural, municipis propers, miradors i aspectes curiosos.

Passejades (- de 2 h)

Són de curta durada, baixa dificultat i tenen l'objectiu de descobrir i aprendre.

St. Vicenç -

- **El Remei:** durada 1.30 h. Circular Fins al Santuari del Remei Arenys de Munt
- **Cementiri i voltants, Sant Vicenç (mirador) + castell de l'oliver** (fanta plafó informatiu) - 1 h (30 m d'anada i 30 de tornada). Durant la guerra del francès, la batalla d'Arenys de Munt, de l'arbre penjaven als francesos i Milans del Bosc (la Ruta de Les 3 viles passa per aquest sector), poden visitar la tomba del capità Deschamps al cementiri.
- **Turó del Balís** (espai privat)
- **Pins d'en Pera - Caseta d'en Cabot**
- **Ruta de Sant Vicenç** va del poble al parc dels germans Gabrielistes, i del parc a la platja.

Llavaneres - pujar per **Santa Mònica i de camí a la roca de l'avi**

- Ruta per les hortes - Les Cinc Sènies - Sant Andreu de Llavaneres
- Rocs de Sant Magí
- Ruta de les roques (roc de l'avi)
- Recorreguts saludables a peu: ajllavaneres.cat/document.php?id=13039

Caldes d'Estrac - Baixant del parc de Can Muntanyà, bones vistes.

Passeig marítim - Tram de la Via Marina del Camí de Sant Jaume

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.2 Entorn natural i parcs urbans a Les 3 viles

13P - ELS SENDERS DE LES 3 VILES	
<p>Caminades de migdia (2 a 4 h) Públic en general que els hi agrada cuidar-se. Esperit jove diversitat àmplia de dificultat</p>	<p>Caminades, per posar-te en forma. Selecció de rutes d'una durada entre 2 a 4 h amb diferents nivells de dificultat. Proposta temptativa de rutes, a valorar segons l'estat dels camins. A ser possible circular, amb temàtiques atractives, valorar que algunes d'elles es pugui accedir des dels negocis turístics.</p> <p>El Montalt, com a epicentre de xarxa de rutes entre municipis.(vegeu imatge pàgina següent)</p> <p>Cim del Montalt: 3.40 h circular, proposta a Natura Local des de Sant Vicenç Es proposa que des de cada un dels municipis estigui senyalitzat la pujada al Montalt per ser un cim emblemàtic, sortint de qualsevol vila, per després poder baixar per un altre dels municipis fins a la costa i tornar en tren, bé des de Llavaneres o Caldetes. L'anomenem Camins al Montalt.</p> <p>Rocs del Moro: circular 2.50 h. Natura local</p> <p>Rocs de Sant Magí Pedra de l'equilibri, propietat privada (zona conflictiva), pedra de l'ou (tancades) - ruta dels rocs del moro - online Riera de Caldes</p>
<p>Excursions de més de 4 h</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Via Marina del Camí de Sant Jaume, nou tram que va de Girona a Barcelona. Etapa 4, uns 23 km. Mirar si està senyalitzada. Reactivació del projecte per part del Consell Comarcal. El Port Balís i la Caleta posen credencial. La ruta senyalitzada transcorre per l'antiga Via Augusta romana des de Girona, Costa Brava, el litoral del Maresme i Barceloní fins a Barcelona. Promoguda el 2018 és la primera ruta mediterrània de la Península. El nou tram deriva cap al ja existent que va des de la frontera amb França fins a Montserrat. També des de Mataró es pot prosseguir el recorregut de la Via Augusta cap a l'interior, a través de la Via Sergia, que connecta directament amb Vic. (vegeu imatge pàgina següent) ● Ruta de Les 3 viles. S'integra a la xarxa de camins senyalitzada de la Diputació de Barcelona. Està en procés de senyalització, estan disponibles els tracks. La Ruta de Les 3 viles ja no tindrà una senyalització circular, però, per una altra banda, ens integra dins d'un àmbit més global. Ja està executada la part de Sant Andreu de Llavaneres (2021) i durant 2022 es completarà la part de Caldetes i Sant Vicenç. Amb la senyalització ja hi ha incorporada una placa de seguiment de la ruta i s'actualitzaran tots els plafons que hi ha en els diferents nuclis urbans. Es pot utilitzar per marcar punts concrets de la ruta amb informació i QR incorporant una petita placa. Manteniment a càrrec de la Diputació de Barcelona.

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.2 Entorn natural i parcs urbans a Les 3 viles

Camins del Montalt des de cada municipi.
Camí de Sant Jaume, la via marina

LLOCS D'INTERÉS

^ Todos los elementos

- Turó del Montalt
- Roc de l'Avi
- Creu de Rupit
- Rocs de Sant Magí - Neolític
- Restaurant Tres Turons
- Pins d'en Pera
- Pins de l'Andreu
- Parc de la Riera del Gorg
- Cementiri
- Parc de la Llorita
- Parc dels Germans Gabrielistes
- Torre dels Encantats
- Paseo Marítim
- Port Balís
- Font del Malpàs
- Centro Ecuastro De Llavanes

RUTES

- Del Montalt a Torrentbó
- De Torrentbó a Caldetes
- Del Montalt a Sant Vicenç
- Del Montalt a Sant Andreu
- Coast to Coast



4.2.4 Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.2 Entorn natural i parcs urbans a Les 3 viles

13P - ELS SENDERS DE LES 3 VILES

<p>BTT- bicicleta de muntanya*</p> <p>Selecció de rutes per a bicicleta de muntanya i classificació de la dificultat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Passeig Marqués de Casa Riera. Transcorre part en el municipi- façana marítima. 1.30 h Natura Local ● Pels voltants de Sant Vicenç de Montalt. 127 minuts (Natura Local) ● Passejada familiar Llaveneres: l'itinerari té 4 km i es pot realitzar en 20 min. Surt del passeig Jaume Brutau i passa per la Font de la Llorita i la Finca de Sta. Mònica (al costat de l'Hípica). ● De Mataró a Sant Andreu de Llaveneres per les Cinc Sénies. Està molt concorreguda de bicicletes ● BTT 8 - Ruta avançada de Llaveneres. Sortida i arribada a la part alta del pg. Jaume Brutau. L'itinerari té uns 13 km i es pot dur a terme en uns 90 minuts. ● BTT 9 - Les 3 viles 17,43 km 2 h <p>Les sortides en bicicletes des de Sant Vicenç és complicada i se'n van per Santa Mònica</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pujada al Montalt per Santa Mònica (pujada més suau), des de Sant Vicenç (Santa Mònica, la Ferradura i acabes a Sant Vicenç de nou) o la pots ampliar amb l'opció de Torrembó per persones principiants). ● Baixar Torrembó passant per la vinya d'en Ferran (per persones principiants) 		
Sant Vicenç de Montalt		Sant Andreu de Llaveneres	Caldes d'Estrac
<p>Punt de sortida de rutes</p>	<p>+Centre cívic (molta pujada), des d'aquí es pot recomanar anar a Pins de l'Andreu com a sortida.</p> <p>+Zona d'aparcament davant del Parc dels germans Gabrielistes.</p> <p>+Zona d'aparcament Can mora (no és municipal)</p>	<p>+Santa Mònica per Llaveneres (punt de sortida inclús des de Sant Vicenç), sortida més suau i no tan abrupte.</p> <p>+L'hípica</p> <p>+El cementiri</p> <p>+La Llorita (sortides familiars)</p>	<p>+Oficina de Turisme, davant hi ha zona d'aparcament</p>

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.2 Entorn natural i parcs urbans a Les 3 viles

13P - ELS SENDERS DE LES 3 VILES	
Rutes accessibles	Rutes adaptades a les persones amb discapacitats, disponibilitat de guia de veu i recorregut adaptat a les persones amb mobilitat reduïda. Proposem dos itineraris el tram de la Via Marina i el de la Llorita.
Esdeveniments esportius	<ul style="list-style-type: none"> • Cursa de Montalbike - Podria aspirar a una millor organització, es tracta d'una cursa amb més de vint anys d'història. Es proposa unificar forces amb la restauració per tal d'oferir propostes més competitives per als visitants. Nombre de participants aproximadament 500, s'estima que un 30% poden venir acompanyats. Cal destacar que la cursa no pot créixer més, ja han tingut problemes amb el Parc del Corredor. • Cursa de La Dona de Les 3 viles, iniciativa conjunta, se celebra 31 de desembre. Es planteja que s'organitzi a través d'un club, ja que es podria plantejar millor. • Possibilitat de fer un duatló o un triatló. Com a acte i amb involucració dels tres ajuntaments, amb el suport de clubs i associacions.
Circuits d'Orientació	Circuits d'Orientació, es podria fer en Les 3 viles. Són un públic interessant. Actualment Sant Vicenç està en procés de portar a terme tres curses d'orientació.

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.2 Entorn natural i parcs urbans a Les 3 viles

14P - RUTES AMB PROPÒSIT

Descripció: Conjunt de rutes que aprofiten els recursos i les iniciatives posades en marxa de Les 3 viles, per tal de crear itineraris de descobriment i passeig, coneixent aspectes curiosos del patrimoni.

Públic objectiu: visitants, turistes de segones residències i locals.

Objectiu: Donar a conèixer els espais, recursos únics i peculiars conjuntament, per arribar a un públic més ampli. Incrementar l'atractiu d'algun dels itineraris.

- **Ruta selfies de Les 3 viles**

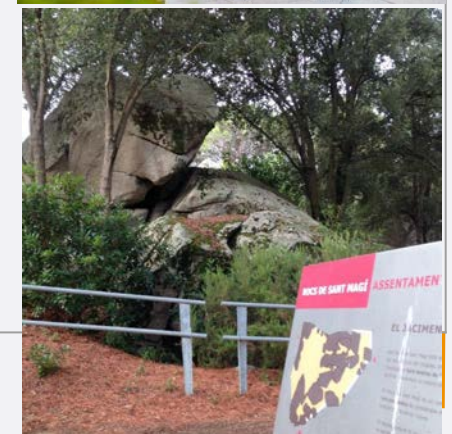
A partir dels punts selfies ja col·locats en els punts més estratègics de Llanereres i Caldetes, s'afegiran uns cinc punts selfies més en Sant Vicenç de Montalt. El conjunt dels suports selfies distribuïts pel territori, permetran descobrir nous espais i magnífiques vistes. La ruta està pensada per a tots els públics, però la família gaudirà també de descobrir els punts selfies que trobaran en el mapa. Proposem la creació d'una landpage des d'on podrem mostrar quatre botons que ens portaran als mapes realitzats en quatre idiomes en Google My Maps. Cada mapa tindrà geocalitzats els diferents punts selfies, que tindran una imatge, la descripció del lloc i el que podem descobrir al costat. Es promocionaran els hashtags de #visitles3viles i el de la població corresponent.

- **La ruta megalítica**

Ruta que té com a finalitat arribar al jaciment "Rocs de Sant Magí", s'estudiaran la presència d'altres elements megalítics durant el recorregut. La ruta passarà per Sant Vicenç de Montalt i per Sant Andreu de Llanereres, arribant al jaciment de destí. Es planteja elaborar una ruta de passeig per l'entorn natural de Les 3 viles amb la temàtica dels rocs, una excel·lent manera de publicitar la visita a les restes neolítiques de Sant Andreu de Llanereres, enllaçant amb les rutes de senderisme existents.

Aprofitar el catàleg de béns amb fotografies d'Andreu Ventura i fer un circuit amb alguns dels rocs més curiosos. Convé marcar-los i numerar-los d'acord amb el catàleg.

Respecte a la ruta dels rocs de Llanereres, basat en el mateix catàleg, adaptar per l'ús del turista, algunes tenen llegendes i històries força curioses.



4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.2 Entorn natural i parcs urbans a Les 3 viles

14P - RUTES AMB PROPÒSIT

- **Atrapa al xurravins**

Els habitants de Sant Vicenç de Montalt se'ls coneix popularment com a xurravins, diuen que és per la presència d'un petit ocell anomenat gafarró o xurraví. Aquest ocelllet fa uns 12 cm i el podem trobar a Catalunya i com no, a Les 3 viles. Es proposa revisar la ruta actual dels xurravins, i reconvertir-la en una ruta amb propòsit. Anar a la descoberta dels xurravins mentre fem camí. Pensada per fer en família i adapta per a escoles. Descobrirem qui és aquest ocelllet, quines són les seves característiques i escoltarem el seu cant, mentre anem caminant entre paratges naturals i miradors. En aquest cas, primer s'haurà de passar per l'oficina de turisme per recollir la llibreta Atrapa els Xurravins i descobrir un nombre determinat d'ocells. Quan s'hagi completat les diferents fites, s'haurà de presentar la llibreta a l'oficina de turisme per rebre un premi. Aquesta activitat es pot fer durant tot l'any.



- **La Ruta dels parcs infantils**

Ruta plantejada pel gaudi de grans i petits, que recorre els parcs infantils millors de Les 3 viles. Parlem d'un territori que ofereix diferents parcs i aquesta pot ser una bona manera de descobrir-los. Es planteja la creació d'un mapa/plataforma guiat on es plasmin la totalitat dels parcs escollits dels territoris, una proposta on gaudirà tota la família, sense temps ni direcció establerta.

Es poden estudiar la inserció de pistes o jocs a completar durant la ruta als diferents parcs, amb un petit premi si completen tot el recorregut, no cal que sigui el mateix dia.

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.2 Entorn natural i parcs urbans a Les 3 viles

14P - RUTES AMB PROPÒSIT

- **La ruta dels parcs històrics de Les 3 viles** (Can Muntanyà, els Gabrielistes i Jardins de Ca l'Alfaro)

Ruta històrica que agrupa els 3 grans parcs de Les 3 viles, espais d'història plens de fauna i flora, espais perfectes per desconnectar i gaudir del temps en família o en solitari. Es proposa crear un relat que sigui atractiu en l'àmbit turístic - cultural aprofitant l'aspecte historicista dels enclavaments. S'han escollit aquests parcs per la seva localització i història. Cada parc compta amb un relat molt interessat i únic com:

- **Can Muntanyà:** Parc amb precioses vistes localitzat al just al costat de la fundació Palau - Picasso, des del seu mirador es pot veure una torre de guaita.
- **Parc dels Germans Gabrielistes:** Parc amb molta història i localitzat molt proper a la platja, es fan visites guiades a la torre de guaita que es troba al seu interior i l'espai compta amb un relat extens, sobretot important durant la Guerra Civil.
- **Jardins de Ca l'Alfaro:** el pintor Nicolás Alfaro Brieva va fer construir en la seva torre d'estiueig, encara conserva l'ambient vuitcentista.



Can Muntanyà,



Parc dels Germans Gabrielistes



Jardins de Ca l'Alfaro

Els parcs històrics i algun altre parc d'interès s'haurien de programar un calendari de passejades guiades pel parc i programació d'activitats (algunes ja es realitzen), prèvia reserva.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles, agents relacionats (empreses de guies i activitats)

Pressupost orientatiu i calendari: es pot començar fàcilment en 2022-23 amb la ruta selfie, i seguir per Ruta dels parcs infantils en 2023 i la resta en 2023. Dotació pressupostària nen 2022 només per a la promoció 1.200. Rest a d'anys depèn de les rutes.

4.2. Productes turístics

4.2.3 Golf a Les 3 viles

15P - GOLF A LES 3 VILES - GOLF COSTA BARCELONA - MARESME

Descripció: Facilitar a través de la Mesa de Turisme la creació de contactes comercials entre les empreses de Les 3 viles tant d'activitats, com d'allotjament. Arribar a acords de promoció dins dels mateixos canals de comunicació dels clubs per a promocionar propostes més culturals de Les 3 viles i ajudar a la difusió.

Públic objectiu: Jugadors de golf amateurs i professionals (locals, nacionals i internacionals) i acompanyants

Objectius. Facilitar als camps de golf de Les 3 viles crear experiències més completes amb empreses i entitats de la zona dirigides al públic turístic de golf i client habitual.

Disseny de l'acció:

Els golfs del Maresme són una oferta atractiva a prop de Barcelona amb vistes al mar i al Maresme. L'altra opció propera a la ciutat comtal, que ofereix vistes al mar, és el camp de golf de Sitges. La proposta suposa ajudar a través de la Mesa de Turisme a millorar l'oferta mitjançant el disseny de propostes conjuntes i experiències més especials, que siguin d'interès pels golfs i Les 3 viles.

- Golf per a famílies i nens. Propostes concretes.
- Reunions – esdeveniments. Propostes combinades reunió – Golf – gastronomia.
- Golf i salut
- Golf i el mar: Acords comercials de serveis a preus tancats i condicions.
 - Batejos de golf.
 - Batejos nàutics.
 - Sortides en vaixell.
 - Sortides gastronòmiques en vaixell.
 - D'altres activitats.
- Acords amb altres entitats d'esports: tennis, pàdel, etc.

Gestió i actors involucrats: Mesa de Turisme: Golf de Sant Vicenç, Golf de Llavaneres, Tennis Mora, P&P, Port Balís, Empreses de lloguer d'embarcacions, Allotjament, restauració, Fundació Palau. Gestió pública, Ajuntaments a través del Dinamitzador, principalment.

Pressupost orientatiu i calendari: No hi ha pressupost específic per a creació de producte. **Prioritat 2, en 2024**

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.4 Turisme esportiu: esports nàutics. Esdeveniments i estades

16P - TURISME ESPORTIU: ESPORTS NÀUTICS. ESDEVENIMENTS I ESTADES

Descripció: Les 3 viles han de potenciar el turisme esportiu en les línies que poden ser més competitives, dins de les seves possibilitats. La línia d'actuació pretén impulsar el treball conjunt entre el sector públic i privat per ajudar a les empreses i la destinació a donar resposta adequada a les demandes ja existents. En concret: els esdeveniments esportius que es produeixen a Les 3 viles, les estades preparatòries que es realitzen principalment en l'hotel Dynamic especialitzat i finalment recolzar la promoció de la Base Nàutica del Port Balís (ampliant les seves propostes) en Les 3 viles.

Públic objectiu:

Tots els públics amants dels esports al mar i entorn natural. Famílies amb nens, adults i joves.
Esportistes i acompanyants dels esdeveniments esportius.
Esportistes que preparen la temporada

Objectius: Promocionar les activitats nàutiques i aquàtiques entre els turistes allotjats a Les 3 viles.

Disseny de l'acció:

1. Promoure els acords de col·laboració entre el Port Balís i empreses d'activitats nàutiques amb els membres de la Mesa de Turisme, perquè els clients gaudeixin d'avantatges.
2. BASE NÀUTICA BALÍS LES 3 VILES- MARESME
Acords de col·laboració amb l'oferta d'allotjament per gaudir d'avantatges pels clients allotjats.
El Club Nàutic Balís i la Base Nàutica ofereix un important nombre d'activitats
 - Paddle Surf
 - Big SUPs
 - Kayak
 - Vela lleugera
 - Esquí nàutic
 - Lloguer d'una motora sense necessitat de titulació
 - Lloguers i rutes guiades: Caiac, Pàdel Surf, Cursos de windsurf. Vela Lleugera, Vela Creuer

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.4 Turisme esportiu: esports nàutics. Esdeveniments i estades

16P - TURISME ESPORTIU: ESPORTS NÀUTICS. ESDEVENIMENTS I ESTADES

- Exercici físic sobre el Surf
- Cursos de vela de cap de setmana per a totes les edats

Altres empreses d'activitats ubicades al Port de lloguer d'embarcacions i de submarinisme com a Posidonia Dive I Port Balís.

Seria interessant valorar que l'estació Nàutica pogués ampliar la seva oferta de propostes els seus socis i visitants fent connexions amb les activitats d'esports a la natura i lloguer de bicicletes, per exemple.

Esdeveniments esportius

- Confecció del calendari unificat anual dels esdeveniments esportius que es produeixen a Les 3 viles i entorn pròxim
- Aprovació d'esdeveniments a promocionar conjuntament anualment amb les reunions entre la Mesa de Turisme i els representants dels municipis de Visit Les 3 viles. Valorar presentar alguna candidatura, amb el suport del Consorci i Diputació de Barcelona.
- Consolidar esdeveniments esportius relacionats amb els punts forts de Les 3 viles
 - Regates internacionals
 - Competició Aigües obertes:
 - TRB SWIM CALDETES 2,0K /4,0K setembre de 2022. Iniciativa del grup Balfegó.
 - Curses i proves que comparteixin Les 3 viles
- Paquet de benvinguda per rebre als esportistes amb material de promoció de Les 3 viles amb algun avantatge per als participants i acompanyants.

Estades esportives d'equips, esportistes professionals i amateurs.

- Dona suport als establiments hotelers per ajudar a confeccionar un **Pack de benvinguda per esportistes**. Està format per propostes del sector públic amb informació de la destinació, rutes en l'entorn natural, recorreguts en parcs urbans i a la platja per fer esport en plena natura. Facilitarem l'espai de trobada del sector privat per promoure acords comercials en serveis de salut i recuperació en el Balneari, activitats d'esbarjo aquàtiques i nàutiques (segons perfil), etc.
- Esports&Balneari, una combinació perfecta

Gestió i actors involucrats: Entitats esportives, allotjament i Les 3 viles, Mesa de turisme i Dinamitzador principalment, amb suport tècnic en alguns casos dels ajuntaments. Suport del Consorci i Diputació de Barcelona.

Pressupost orientatiu i calendari: No té partida pressupostària específica. Dins de promoció i Dinamitzador. Prioritari començar a treballar el 2023.

4.2. Productes Turístics de Les 3 viles

4.2.5 Turisme salut i benestar. Caldes d'Estrac, vila termal

17P - TURISME SALUT I BENESTAR. CALDES D'ESTRAC VILA TERMAL

Descripció: Les aigües mineromedicinales són un bé escàs i, per tant, hem d'intentar que els actors públics i privats aprofitin tot el seu potencial. S'ha de continuar enfortint el posicionament de Vila Termal de Caldes d'Estrac i de Les 3 viles, aquestes últimes com a destinació saludable i de benestar, millorant sempre que es pugui el producte. Per una banda, tenim els aspectes que s'haurien de millorar de l'oferta de salut de Caldes d'Estrac, i per una altra, la millora de l'experiència de benestar i salut.

Públic objectiu: ciutadania i visitants nacionals i internacionals a Les 3 viles. Dies feiners gent gran (IMSERSO) i turistes de caps de setmana. No és una demanda estacional.

Objectius: Facilitar els acords comercials entre els diferents actors de Les 3 viles. Recuperar competitivitat com a destinació termal i salut

Disseny de l'acció:

En aquest cas hi ha competències privades i públiques, i això suposa que és necessari un diàleg fluid per aconseguir un desenvolupament del municipi en la bona direcció. En aquest cas hi ha aspectes de gestió i millora del producte.

- Millora de l'edifici i entorn dels Banys Termals. Continues millores en les instal·lacions. Resolució com més aviat millor de l'estat actual de l'hotel Colón, aquesta problemàtica no només se circumscriu a Caldetes sinó que és una oferta turística clau del Maresme.
- Potenciar la Fira d'Aqua Calida, se celebra normalment al juny, com a fira de benestar, salut i sostenibilitat, on l'epicentre es Caldes d'Estrac, però la influència i participació serà de Les 3 viles. Ha de consolidar-se com la Fira principal. Fent un esforç en la difusió i el producte.
- Impulsar el projecte de la Cuina amb aigua termal de Caldes d'Estrac, a través de la complicitat d'un grup d'empresaris de la zona i l'Ajuntament. Involucrar referents gastronòmics de Catalunya i Maresme com padrins o padrines del projecte.
- Promoure el desenvolupament de productes amb aigua termal: emprenedors de cosmètica natural, seran promotors de la marca.
- Creació d'experiències a treballar conjuntament amb els empresaris del sector:
 - la unió natural de l'esport i el termalisme, com a benefici per a la recuperació dels esportistes.
 - caps de setmana gastronomia i termalisme

Gestió i actors involucrats: Mesa de turisme, allotjament i Banys Termals, Ajuntament de Caldes d'Estrac especialment. Diputació de Barcelona - Consorci de turisme del Maresme. Associació de Viles Termals, etc.

Pressupost orientatiu i calendari: No té partida pressupostària específica. Depèn directament de la resolució de l'estat actual de l'Hotel Colón i la millora del Balneari Termal. **Prioritària 2022**



4.3. Accions de competitivitat

4.3. Accions de competitivitat

4.3.1 SISTEMA D'OFICINES D'INFORMACIÓ I PUNTS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LES 3 VILES. DIGITALITZACIÓ

4.3.2 SENYALÍSTICA INTEGRAL DE RUTES AMB CODI QR. MILLORA DE LA SENYALITZACIÓ

4.3.3 PORTES D'ENTRADA A LA NATURA

4.3.4 RUTA EN BICICLETA - EBIKE DE DESCOBERTA DE LES 3 VILES. MOBILITAT SOSTENIBLE

4.3.5 PROMOURE LA SOSTENIBILITAT A LES EMPRESES I A LA DESTINACIÓ

4.3.6 IDENTIFICACIÓ D'ACTORS TURÍSTICS I RELACIONATS. HUT, IMMOBILIÀRIES I COMERCIALITZADORES

4.3.7 MILLORA DELS ATRACTIUS CLAU DE LES 3 VILES (Balneari, Museu Arxiu, Passeig Marítim, Nuclis antics)

4.3. Accions de competitivitat

4.3.1 Sistema d'oficines d'informació i punts d'informació turística de Les 3 viles.

1C - SISTEMA D'OFICINES D'INFORMACIÓ I PUNTS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LES 3 VILES. DIGITALITZACIÓ

Descripció: Establir un sistema d'informació turística de Les 3 viles estable i eficient, a través d'una oficina de turisme durant tot l'any i una altra oficina de turisme en èpoques d'alta demanda ubicada en el passeig marítim. Aquest servei ha de ser proactiu i coordinat entre els diferents actors del sistema tant públics com privats. Els turistes hiperconnectats també tenen noves necessitats i les destinacions s'han d'adaptar per donar-los resposta a través de serveis acords.

Públic objectiu: ciutadania, visitants nacionals i internacionals a Les 3 viles. Empreses turístiques de Les 3 viles, prioritàriament els que formin part de la Mesa de Turisme

Objectius. Millorar l'experiència de la ciutadania i els visitants a Les 3 viles. Millorar els fluxos entre les destinacions, promovent els atractius, activitats i empreses.

Disseny de l'acció:

- **Establir el sistema d'oficines de turisme i PIT'S claus que ens permetin millorar l'experiència en la destinació. La proposta a estudiar seria;**
 - Oficina de Turisme a l'estiu al Passeig Marítim. Acord entre Llanereres i Sant Vicenç per dotar d'una oficina de turisme a Les 3 viles en la ubicació on es troben els visitants. La ubicació de l'Oficina de Turisme de Sant Andreu de Llanereres a l'estiu no és la més adequada, es pot millorar la senyalització, però no és la millor opció.
 - Oficina de Turisme de Caldes d'Estrac a la Fundació Palau oberta tot durant tot l'any.
 - Potenciar el Punt d'Informació Turística al Port Balís durant tot l'any
 - PIT clau Ca l'Alfaro per la seva ubicació i el Museu Arxiu de Sant Andreu de Llanereres
- **Geolocalització en Google Maps** de les oficines i PIT claus, gestionar els perfils a través de Google Maps). Promocionaran els esdeveniments a través del perfil de Google Maps
- Senyalització direccional de les dues oficines de turisme, la de Caldetes i la d'estiu.
- Wifi d'accés gratuït lliure, l'usuari hauria de ser enviat directament al portal VisitLes3viles.cat
- L'Oficina de Turisme ha d'inspirar i mostrar els principals productes que ofereix Les 3 viles. La millor manera és fer-ho amb monitors visibles des de fora de l'oficina, on es mostrarà vídeos del que ofereix Les 3 viles.
- L'informador és EXPERT I ORIENTADOR de la destinació i això necessita temps i adaptació digital. Proposem un servei d'atenció 360°, que consisteix a oferir als turistes i als ciutadans la possibilitat de sol·licitar una cita perquè siguin atesos de manera presencial, telefònica o per videoconferències. És important dotar a l'oficina d'una gestió de cites online i videoconferències professionals per exemple tipus zoom o meet.

4.3. Accions de competitivitat

4.3.1 Sistema d'oficines d'informació i punts d'informació turística de Les 3 viles.

1C - SISTEMA D'OFICINES D'INFORMACIÓ I PIT. LES 3 VILES DIGITALITZADES

- Oficina de turisme sostenible. Continuar treballant amb el compromís Biosphere. Accions bàsiques: eficiència energètica, minimització de residus, treballadors que estiguin contractats i remunerats correctament, promoció del turisme responsable, promoure la mobilitat sostenible, etc.
- Promoure que es realitzin valoracions a Google Maps i TripAdvisor de forma explícita, comentant la importància que té per a la destinació i les persones que hi treballen. Utilitzar les eines que ens faciliten les plataformes per promoure les ressenyes.
- Promoure els webs i les xarxes socials amb els hashtags corresponents en tots els suports i en l'OT.
- Informació estadística quantitativa i qualitativa de les persones ateses en les Oficines de Turisme principalment.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Sant Vicenç de Montalt, Caldes d'Estrac i Sant Andreu de Llaneres. Fundació Palau, Port Balís, Museu Arxiu de Llaneres. Tècnics de les oficines de turisme.

Calendari: L'Ajuntament de Sant Vicenç de Montalt hauria d'obrir l'Oficina al Passeig Marítim. Es pot valorar que sigui un servei finançat de forma compartida entre Llaneres i Sant Vicenç, i d'aquesta manera poder oferir un millor servei als visitants. Estiu de 2022. Dotació pressupostària.

4.3. Accions de competitivitat

4.3.2 Senyalística integral de rutes amb codi QR. Millora de la senyalització

2C - SENYALÍSTICA INTEGRAL DE RUTES AMB CODI QR. MILLORA DE LA SENYALITZACIÓ

Descripció: En massa ocasions la proliferació de senyalització pot suposar un impacte visual no desitjat i una proliferació de senyals que dificulten l'orientació. Proposem abans de senyalitzar diferents itineraris, planificar la senyalització de rutes turístiques culturals i naturals, aprofitant el que ja existeix i simplificant. Suggerim unificar la senyalització de les rutes culturals i naturals de Les 3 viles, sempre que sigui possible, utilitzant la senyalística QR per cada ruta que ens portarà al lloc web amb informació i àudios en diferents idiomes. Això ens permetrà modificar el contingut amb posterioritat, i apostar per faristols més petits i, per tant, més econòmics. Podem incloure informació gràfica variada en l'enllaç: textos, fotografies, arxius sonors i audiovisuals. Tot i això, i hi haurà excepcions, en el cas d'aquells que siguin plafons informatius amb mapes, o representacions gràfiques de rellevància.

Públic objectiu: ciutadania i visitants

Objectius. Promoció del patrimoni de forma poc invasiva i sostenible per a tots els públics. Crear imatge de destinació conjunta i estalvi en la producció

Disseny de l'acció:

Senyalització integral de rutes

- Dinàmica de la ruta, punts de ruta a senyalitzar i relats
- Imatge gràfica i disseny
- Confecció d'àudios, textos i traduccions corresponents
- Material gràfic
- Producció
- Instal·lació
- Promoció de les rutes

Millora de la senyalització en termes general
Senyalització homogènia de les platges de Les 3 viles



4.3. Accions de competitivitat

4.3.2 Senyalística integral de rutes amb codi QR. Millora de la senyalització

2C - SENYALÍSTICA INTEGRAL DE RUTES AMB CODI QR. MILLORA DE LA SENYALITZACIÓ

Revisió i millora de la senyalització en termes general, principalment d'orientació, sobretot d'oficina de turisme, atractius, zona d'aparcament i allotjament.

Senyalització homogènia de les platges de Les 3 viles. Exemple mostra de Caldetes o Mataró.



Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles, Diputació de Barcelona.

Pressupost orientatiu i calendari: 2023

Producció: 5.500 € més iva. Inclou creació i generació de 60 QR. 60 faristols de ferro o fusta tractada de 80 cm d'altura. Segons imatges
 Impressió en vinil amb laminat UVI (20 x 20 cm aprox.)
 Disseny i impressió de 1000 tríptics/plans a color amb la ruta.
 No inclou instal·lació, ni confecció de relats, àudios i traduccions.

4.3. Accions de competitivitat

4.3.3 Portes d'entrada a la natura

3C - PORTES D'ENTRADA A LA NATURA

Descripció: Punts d'entrada a la natura que permetin al visitant arribar a la localitat, estacionar, informar-se de les rutes i començar a fer camí a peu o en bicicleta, segons ruta.

Públic objectiu: ciutadania, visitants, tan excursionistes d'un dia com a turistes que es troben allotjats a Les 3 viles.

Objectius. Facilitar l'accés a la natura de forma ordenada i informada. Informar, promoure i endreçar les entrades dels visitants a la natura i connectar-ho amb el nucli urbà.

Disseny de l'acció:

Identificar en cada un dels municipis els punts estratègics del que hem anomenat portes d'entrada a la natura, seleccionant aquelles que tinguin la menor intervenció possible. Les portes d'entrada tindran els serveis d'aparcament per a vehicles, aparcament de bicicletes (guarda bicicleta) zona d'ombra i descans, a ser possible, banys públics en les proximitats, font i panells informatius. Indicaràn el servei de lloguer i arranjament de bicicletes en les proximitats. Aquests panells informatius informaran de les rutes properes, dels recursos a visitar i incorporarà un codi QR amb tota la informació en idiomes i també inclourà els serveis de restauració.

Punts de sortida de rutes identificats:

- **Sant Vicenç de Montalt - hem identificat tres punts**
 - Centre cívic (molta pujada), des d'aquí es pot recomanar anar a Pins de l'Andreu com a sortida millor i
 - Aparcament davant del Parc dels germans Gabrielistes.
 - Zona d'aparcament Can Mora (no és municipal), tot i això, seria un bon punt d'inici de rutes.
- **Sant Andreu de Llavaneres -**
Santa Mònica per Llavaneres (punt de sortida inclús des de Sant Vicenç), sortida més suau i no tan abrupte.
La Llorita, en mig del poble ofereix un parc infantil, zona d'aparcament, senyalització de rutes. Lloc ideal per a sortides familiars.
- **Caldes d'Estrac**
La dimensió petita del municipi i l'existència d'una zona d'aparcament a prop de l'Oficina de Turisme -Fundació Palau, seria el punt més idoni com a porta d'entrada a la natura. Des d'on sortida les indicacions de les diferents rutes. L'hotel Dynamic és un hotel bikefriendly i ofereix servei de bike park (amb eines pel manteniment de la bicicleta).

Valorar les dues estacions de tren, la de Caldetes i Llavaneres com a portes d'entrada de la costa.

4.3. Accions de competitivitat

4.3.3 Portes d'entrada a la natura

3C - PORTES D'ENTRADA A LA NATURA

Identificar o promoure altres establiments bikefriendly en el futur. Tenir en compte l'oportunitat del carril ciclista de costa que s'integrarà a la ruta 8 – Ruta Mediterrània (7.560 km) d'Euro velo (la xarxa de 17 rutes ciclistes europees que promou la mobilitat sostenible). La futura oficina de turisme del passeig hauria de ser establiment bikefriendly, donar informació de taller per arranjat bicicleta, zona de bicicleta o guarda bicicleta, establiments bikefriendly, zones de càrrega elèctrica.



Exemple d'àrea de Púbol

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles, Diputació de Barcelona

Pressupost orientatiu i calendari: Necessitaria un pressupost específic encara que les intervencions en un principi són d'adequació mínima i senyalització. Tenir en compte la senyalització i els panells informatius de la Ruta de Les 3 viles finançats per la Diputació de Barcelona. També tenir present el projecte de la ruta ciclista de la costa, integrada en la ruta 8 d'EuroVelo, i un futur projecte de ruta circular ciclista i d'ebike de Les 3 viles, on es podria integrar alguna de les portes d'entrada. Arranjament 2023-24.

4.3. Accions de competitivitat

4.3.4 Circuit en bicicleta de Les 3 viles. Mobilitat sostenible

4C - RUTA EN BICICLETA - EBIKE DE DESCOBERTA DE LES 3 VILES. MOBILITAT SOSTENIBLE

Descripció:

Portar a terme un itinerari circular en bicicleta - E-bike que uneixi Les 3 viles i permeti gaudir dels principals atractius. Proposta sorgida en el taller d'entorn natural. Aquest projecte va en línia amb la promoció de la mobilitat sostenible dels Next Generation de turisme sostenible 2023. Connectivitat dels municipis interior amb l'eix central, i les infraestructures corresponents (punts de recàrrega i box per guardar les bicicletes) i fer itineraris circular, projecte a presentar al Consell Comarcal. Executable en tres anys 23-24-25

Reproduïm la informació facilitada per en Toni Buch de l'Associació Montraltrek.

Recorregut proposat a estudiar

"Sortida de Caldes d'Estrac davant el Museu Palau-Picasso, visita interessant, amb visita als banys Termals. Iniciem la ruta per dalt de Caldes per veure les vistes del poble i el Muntanyà, baixem cap a la zona de mar on ja veurem el llarg i històric Passeig dels Anglesos, vorejant tota la platja on podrem prendre un bany. Continuant per la línia de la platja entrarem al terme de Sant Vicenç de Montalt seguint la línia de mar i l'anomenat Passeig del Marquès de Casa Riera (parent de la Reina Fabiola de Bèlgica), on podrem observar algunes cases senyorials d'alta societat dels anys 20. Deixarem la zona de platja per enfilar-nos fins al Passeig dels Germans (antic edifici de l'ordre Grabiellista que conserva la torre circular), ara espai de natura on podrem fer un mos.

Seguirem altre cop cap a la línia de la costa, on entrarem al terme de Sant Andreu de Llavaneres resseguint i gaudint encara de la Mediterrània i el Nàutic Balís, on al final del Passeig ja enfilarem cap a l'interior tot travessant les hortes dels pagesos de la flor i verdura del poble. Arribem al nucli antic del poble travessant el carrer de Munt, carrer comercial per excel·lència amb oferta diversa, on podrem provar la reconeguda Coca de Llavaneres. Seguirem cap a la Font de Llorita endinsant-nos en un espai natural molt característic. Tornarem cap al centre del poble on podrem visitar el Museu Arxiu. (Aquí hi hauria la possibilitat d'anar per Supermaresme fins als Rocs de Sant Magí, jaciment Neolític).

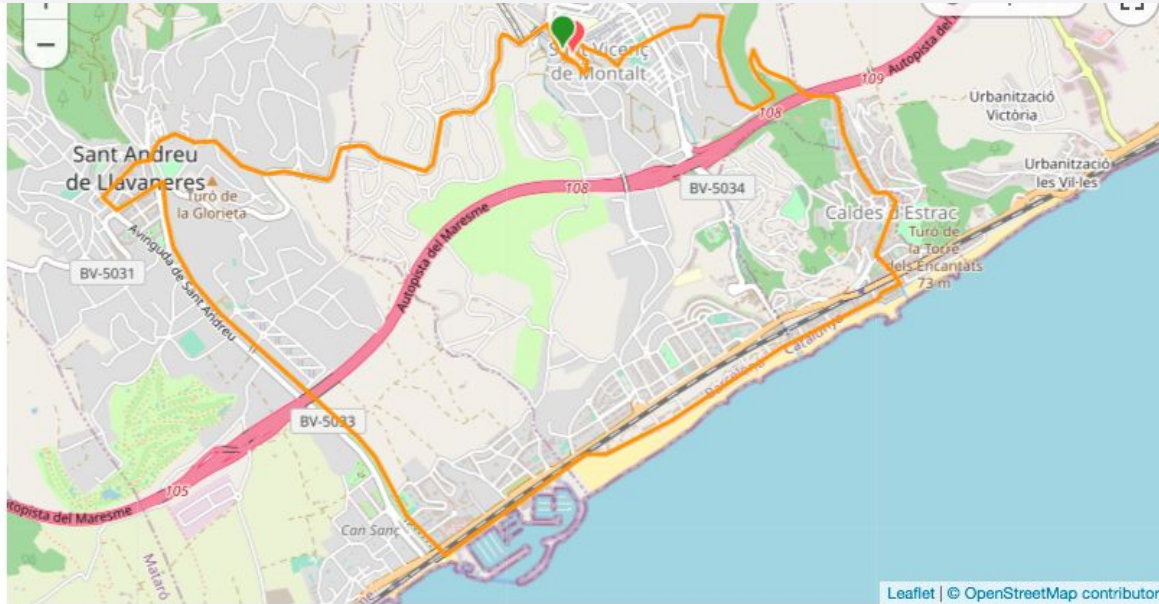
Deixarem ja Llavaneres per enfilar altre cop a Sant Vicenç. Aquí podrem endinsar-nos i fruit del rústic i acollidor nucli antic i la seva església gòtica. A cal Forner podrem tastar els carquinyolis del Montalt. Ens desplaçem seguidament cap a la zona esportiva per veure les instal·lacions del Pavelló Toni Sors i el monument a l'Everest, fet en memòria d'aquest alpinista fill del poble i dels primers catalans a pujar al cim del món. Enfilant cap als afores pararem al Cementiri on va ser enterrat el capità del vaixell Montserrat, fet que va inspirar l'havanera "El meu Avi", tot gaudint d'una bona vista del poble. Ja a les acaballes de la nostra pedalejada i en direcció al punt d'inici, passarem pel Castell Milans del Bosch, antic enclavament militar de la guerra del francès. Tot seguit i per la riera de Caldes arribarem al centre on finalitzarem aquesta fantàstica ruta de Les 3 viles."

4.3. Accions de competitivitat

4.3.4 Circuit en bicicleta de Les 3 viles. Mobilitat sostenible

4C - RUTA EN BICICLETA -EBIKE DE DESCOBERTA DE LES 3 VILES. MOBILITAT SOSTENIBLE

Ruta per fer en ebike, de 13 km, fàcil d'una durada de 45'. Montralteck.



Vista 3 veces. descargada 0 veces

cerca de Sant Vicenc de Montalt. Catalunya (España)

87 30 10

He realizado esta ruta

Distancia
12,72 km

Desnivel positivo
203 m

Dificultad técnica
Fácil

Desnivel negativo
203 m

Altitud máxima
156 m

Trailrank
10

Altitud mínima
2 m

3VILES

Tiempo en movimiento

45 minutos

Tiempo

48 minutos

Coordenadas

1449

Fecha de subida

6 de marzo de 2022



4.3. Accions de competitivitat

4.3.4 Circuit en bicicleta de Les 3 viles. Mobilitat sostenible

4C - RUTA EN BICICLETA -EBIKE DE DESCOBERTA DE LES 3 VILES. MOBILITAT SOSTENIBLE

Projectes a tenir en compte que afavoriran en el desenvolupament turístic i de mobilitat

- Carril ciclista EuroVelo 8, finalment passarà pel Maresme per arribar a Barcelona. Turísticament, tindrem una ruta pedalable que travessarà Les 3 viles beneficiant als allotjaments i establiments preparats. Es realitzarà durant 22-23-24 49 milions
- Segon carril pedalable que passaria pel passeig marítim, serien els carrils turístics. Pendent de projectes per solucionar aspectes com la interrupció de Llanerres i Mataró, per exemple. Un projecte a més llarg termini.

Públic objectiu: amants de la bicicleta locals i forans

Objectius: promoure la mobilitat sostenible connectant els tres municipis a través d'una ruta en bicicleta elèctrica (tenint en compte punts de recàrrega).

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles (conveni específic). Sol·licitud 2023 Next Generation turisme sostenible. Consell Comarcal del Maresme. Diputació de Barcelona Generalitat de Catalunya (mobilitat en bicicleta elèctrica, estacions de recàrrega i connexió amb les portes d'entrada a la natura relacionades per a ciclista i senderistes). Col·laborar activament en els projectes de mobilitat sostenible del Maresme que es duran a terme els pròxims anys, integrant-se en la xarxa comarcal, provincial, catalana i europea.

Pressupost orientatiu i calendari: Ruta circular d'ebike, s'ha de dur a terme un projecte de valoració específic per a la convocatòria de 2023, executable en tres anys.

4.3. Accions de competitivitat

4.3.5 Promoure la Sostenibilitat a les empreses i a la destinació des de Turisme

5C - PROMOURE LA SOSTENIBILITAT A LES EMPRESES I A LA DESTINACIÓ DES DE TURISME

Descripció:

Segons les investigacions anuals que realitza Booking sobre viatges sostenibles, el 73% dels viatgers manifesten que seria més probable reservar una propietat amb pràctiques sostenibles; tot i això, el 41% no sap com trobar opcions de viatge sostenible. Els grans intermediaris de viatges estan responenent a la demanda mitjançant la identificació dels establiments que ofereixen pràctiques sostenibles. Aquest és un gran argument per potenciar el compromís per a la sostenibilitat de les empreses, ja que les grans OTA, com Booking, aposten per donar visibilitat a aquest criteri.

L'acció fa valdre el que s'està fent en la destinació en: mobilitat sostenible, estalvi energètic, soroll, promoció dels productes locals, etc.

- Especificament el servei d'oficines de turisme de Les 3 viles seguirà en la línia de millora contínua del compromís Biosphere
- Es renovarà les distincions perquè les platges tinguin el compromís Biosphere i recomanem renovar la Bandera Blava pel seu reconeixement internacional.
- Es conscienciarà al sector mitjançant formació i assessorament sobre bones pràctiques sostenibles i el compromís Biosphere, amb el suport del Consorci de Turisme.
- Es promourà, en lloc destacat, en els suports de comunicació les empreses distingides amb pràctiques sostenibles, per facilitar un viatger més responsable.
- Es promourà als visitants i ciutadania les bones pràctiques sostenibles a Les 3 viles a través dels instruments d'informació i comunicació, i les empreses (principalment allotjament)
- Millorar i promoure la mobilitat sostenible.

Públic objectiu: empreses turístiques i relacionades. Serveis i espais gestionats per l'Ajuntament. Oficines de Turisme de Les 3 viles. Ciutadania i visitants

Objectius.

Promoure la sostenibilitat dels negocis, serveis i espais

Promoure una cultura de sostenibilitat,

Facilitar al viatger la reserva de viatges més sostenibles i col·laborar a descarbonitzar el sector.

Disseny de l'acció

- Completar la identificació de les bones pràctiques sostenibles de la destinació i les empreses claus del sistema, i els Sistemes de Gestió, certificacions i distintius assolits. Bandera Blava, Compromís Biosphere, EMAS, ISO 14001, en les Platges.

4.3. Accions de competitivitat

4.3.5 Promoure la Sostenibilitat a les empreses i a la destinació des de Turisme

5C - PROMOURE LA SOSTENIBILITAT A LES EMPRESES I A LA DESTINACIÓ DES DE TURISME

- Treballar conjuntament amb el Consorci de Turisme del Maresme i crear una sessió de treball a Les 3 viles, empreses i destinacions sostenibles.
 - Il·lustrar amb la demanda dels grans operadors com a Booking, segueix els estàndards de GSTC (Estàndards globals per a la sostenibilitat de viatges i turisme). On la certificació Biosphere és un dels estàndard reconegut per [GSTC](#)
 - Visites personals als agents claus de la destinació: allotjaments i oferta complementària principalment.
- Integrar aquesta informació en els suports de comunicació de Les 3 viles i entitats de promoció en el que es col·labori.

Exemple d'establiment d'allotjament de Caldes d'Estrac del programa Viatges sostenibles de Booking.

Alojamiento del programa Viajes sostenibles
Este alojamiento forma parte del programa Viajes sostenibles, lo que significa que ha dado pasos importantes para hacer que tu estancia sea más sostenible.

Masia Can Felip 3.00 idéal para dos viajeros
Alojamiento del programa Viajes sostenibles
Can Felip, 47, Sanata, 08450 Llíars del Vallès, España –
Muy buena ubicación - Ver mapa

Medidas del programa Viajes sostenibles

Estas son las medidas que ha tomado el alojamiento para promover una forma de viajar más sostenible y respetuosa con el medioambiente:

- Residuos**
 - Hay papeleras de reciclaje a disposición de los clientes y la basura se recicla
 - El alojamiento trata de reducir el desperdicio alimentario
 - Hay dispensador/refrigerador de agua
 - No se utilizan cucharillas de plástico de un solo uso
 - No se utilizan pañales de plástico de un solo uso
 - No se utilizan vasos de plástico de un solo uso
 - No se utilizan cubiertos ni vajilla de plástico de un solo uso
- Energía y gases de efecto invernadero**
 - La mayoría de la comida del alojamiento procede de la zona
 - La mayoría de las luces del alojamiento usan bombillas LED (de bajo consumo)
 - Todas las ventanas son de doble acristalamiento
 - Toda la electricidad procede de energías renovables
 - La electricidad funciona con sensor de movimiento o tarjeta
- Naturaleza**
 - No se exhiben ni se interactúa con animales salvajes (no domesticados) mantenidos en cautividad en el alojamiento, tampoco se consumen, se venden ni se cazan o matan con otros fines
 - El alojamiento tiene espacios verdes, como jardín o zonas verdes
- Agua**
 - Los WC usan poca agua
 - Las duchas usan poca agua
 - Se puede renunciar a la limpieza diaria de la habitación
 - Se pueden reutilizar las toallas

Fantástico 337 comentarios 9,0
Perfecto para desconectar, lugar tranquilo donde las anfitrionas te acogen su inar bien...
Imanol ES España 9,6
Personal

- Treballar conjuntament amb el sector per cercar solucions per posar a l'abast dels visitants l'ús de bicicletes i bicicletes elèctriques (valorar sistema de lloguer de bicicletes, empreses de proximitat).
- Prioritzar la mobilitat sostenible en el municipi conjuntament amb RENFE, incorporant (millorant) estacionament segur de bicicletes en l'estació.
- Difondre el material confeccionat en els municipis sobre les bones pràctiques pels HUT i els altres allotjaments.

Gestió i actors involucrats: impulsors Ajuntaments, amb la col·laboració del Consorci de Turisme del Maresme i la Diputació de Barcelona. Actors involucrats empreses turístiques relacionades.

Pressupost orientatiu i calendari: 2023. No contempla pressupost específic

4.3. Accions de competitivitat

4.3.6 Portes d'entrada a la natura

6C - IDENTIFICACIÓ D'ACTORS TURÍSTICS I RELACIONATS. HUT, IMMOBILIÀRIES I COMERCIALIZADORES

Descripció:

Els tres municipis tenen un volum important d'HUT, que conformen actualment la principal oferta d'allotjament. Per això, és crucial conèixer l'oferta existent, des de les seves característiques, la qualitat, la propietat i qui gestiona comercialment l'allotjament. Amb una base de dades es podrà millorar l'acollida a Les 3 viles i prevenir les externalitats abans que es produeixin, en poder contactar directament amb el propietari, en cas d'observar problemàtiques en l'habitatge.

Existeixen altres professionals i empreses rellevants a tenir en compte, ja que són els que promocionen, comercialitzen i creen producte a Les 3 viles. Ens referim a immobiliàries i comercialitzadores d'apartaments, cases i vil·les turístiques, a professionals que promouen experiències turístiques com per exemple la iniciativa de Naturawalks, artesans, artistes, guies, entre d'altres.

Públic objectiu: ciutadania i visitants nacionals.

Objectius: Conèixer amb més profunditat el sector turístic de Les 3 viles amb els seus diferents protagonistes per portar iniciatives de creació d'experiències i promoció conjunta. Millorar el treball en xarxa i les oportunitats de col·laboració existent.

Disseny de l'acció:

- Identificar fonts d'informació primària i secundària, com per exemple la Guia oficial de la Generalitat de Catalunya d'allotjaments turístics, els portals turístics d'allotjament, informació de Google Maps, d'altres professionals i entitats.
- Contacte i confecció de base de dades legalment constituïda de les empreses i professionals turístics de Les 3 viles.
- Establir un pla d'informació i comunicació, en sintonia amb la posada en marxa de la governança.
- Promoure diferents accions per informar sobre legislació i la categorització voluntària.

[Categorització voluntària dels habitatges d'ús turístic \(HUT\)](#). "Permet oferir una oferta turística de qualitat, millorar els serveis, així com l'atenció al client i permet emprendre la promoció exterior eficaç d'un producte que també contribueix a la imatge de Catalunya".

Gestió i actors involucrats: tècnics dels diferents ajuntaments. Consorci de turisme del Maresme

Pressupost orientatiu i calendari: iniciar el 2022. No té partida pressupostària específica

4.3. Accions de competitivitat

4.3.6 Portes d'entrada a la natura

7C - MILLORA DELS ATRACTIUS CLAUS DE LES 3 VILES (Balneari, Museu Arxiu de Llanerres, Passeig Marítim, Nuclis antic)

Descripció: Conscienciar al sector públic i privat de la importància de protegir i millora permanent de la destinació, dels seus atractius i empreses. L'acció pretén posar en el focus de la importància que té per les destinacions el fet de tenir cura del detall, del mobiliari urbà, del manteniment en general, de la neteja i un llarg etc. Una destinació que ha de ser cuidada per tots: ciutadania, visitants, poders públics i privats.

Públic objectiu: Ciutadania i visitants nacionals.

Objectius: Millorar l'atractivitat i bellesa conjunta de Les 3 viles any rere any en els seus diferents aspectes patrimonials, urbanístics, mediambientals, per acollir a la ciutadania i el visitant en un entorn d'alta qualitat.

Disseny de l'acció: Aspectes a solucionar i millorar.

1. Prioritzar els esforços per cercar una solució a la situació actual de l'Hotel Colon, és prioritari.
2. Millorar l'edifici, entorn i manteniment de les instal·lacions dels Banyes termals de Caldes d'Estrac, conservant la tradició però també l'estètica (per exemple, les reixes).
3. Millorar l'estètica, sobretot en el municipi petit de Caldes d'Estrac i els nuclis antics de Llanerres i Sant Vicenç. Criteris estètics de façanes, teulades, colors, retolacions, tendals, protecció de patrimoni...
4. L'impacte de les grans vies al Maresme és important. Però es pot millorar els accessos que mantinguin una línia estètica amb el municipi.
5. Neteja de senyalització antiga i obsoleta, millorar en el possible l'impacte del cablejat elèctric i telefònic.
6. Ordenació, senyalització de les zones d'aparcament i portes d'entrada a la natura.
7. Manteniment dels parcs, jardins i senders.
8. Normativa i creació d'una línia d'ajuts per a la millora de la imatge exterior dels establiments: en les façanes, en el mobiliari de les terrasses, aparadorisme, retolació...
9. Millorar la classificació de Les 3 viles, en el programa de Viles Florides.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments principalment

Pressupost orientatiu i calendari: 2022. Pressupostos en cada ajuntament.



4.4 Governança

4.4 Governança

4.4.1 CONVENI DE COL·LABORACIÓ “VISIT LES 3 VILES”

4.4.2 DINAMITZADOR DE LES 3 VILES

4.4.3 MESA DE TURISME LES 3 VILES (MT)

4.4.4 REUNIONS DEL MESA DE TURISME DE LES 3 VILES I AJUNTAMENTS *VISIT LES 3 VILES*

4.4 Governança

4.4.1 Conveni de col·laboració “Visit Les 3 viles”

1G - CONVENI DE COL·LABORACIÓ “VISIT LES 3 VILES”

Descripció i disseny de l'acció: per poder impulsar Les 3 viles com a una destinació de forma efectiva i millorar l'experiència del visitant i la ciutadania en el territori, és convenint establir un marc de col·laboració estable entre els tres municipis. Proposem un conveni, en el que també es podria implicar alguna altra àrea a considerar pels ajuntaments, amb l'objectiu d'enfortir el pes de la col·laboració en altres aspectes que afecten el turisme i la ciutadania. Podrien formar part alguna àrea com per exemple mobilitat i medi ambient, claus en els projectes recomanats, o esports, cultura i comerç, per exemple, sempre des d'un vessant turístic.

L'objecte de conveni serà regular els àmbits de col·laboració dels tres municipis que permeti millorar la nostra competitivitat i promoció conjunta. Per d'exemple:

- Informar el visitant i la ciutadania de Les 3 viles de l'oferta existent a través del Sistema d'Oficines de Turisme o Punts d'informació turística de cada municipi. Per exemple posar en marxa l'Oficina de turisme del Passeig Marítim, entre Sant Vicenç i Llavanes, que donaria servei a tot el sistema.
- Posar en marxa i dotar dels recursos necessaris per poder impulsar i mantenir els productes i rutes conjuntes.
- Dotar a Les 3 viles de les eines bàsiques de promoció i manteniment: web, xarxes socials, material promocional i campanyes.
- Promoure accions de promoció conjunta en el mercat nacional i internacional a través dels ens de promoció supramunicipal.
- Cercar el finançament necessari a través d'altres convenis de col·laboració amb entitats, empreses, recerca de subvencions. Per exemple el projecte de mobilitat sostenible de l'itinerari circular d'ebike amb punts de recàrrega.
- Millorar la mobilitat entre Les 3 viles i els recursos. Per exemple el tema dels taxis que puguin donar servei en els tres municipis i com es gestionarà els serveis de contractació.

Compromisos de les parts

- S'establirà un tècnic de referència de cada un dels municipis, encarregats de fer el seguiment dels acords presos i pla d'accions anual aprovat.
- Finançament i recursos que s'aporten al conveni de cada un dels municipis. S'especificaran els recursos econòmics, recursos humans i materials.
- Durada del conveni. Proposem que sigui el més llarg possible per donar estabilitat. Es renovarà tàcitament, si les parts estan d'acord. La voluntat de finalització s'haurà de fer amb tres mesos d'antelació.

Objectius: Establir un marc estable de col·laboració per millorar l'experiència i la promoció turística en Les 3 viles.

Gestió i actors involucrats: Ajuntament de Sant Vicenç de Montalt, Caldes d'Estrac i Sant Andreu de Llavanes

Pressupost orientatiu i calendari: Dotació 30.000 €, a part el finançament del Dinamitzador AODL.

Signatura conveni final 2022 - inicis 2023

4.4 Governança

4.4.2 Dinamitzador de Les 3 viles

2G - DINAMITZADOR DE LES 3 VILES

Descripció: Contractació d'un professional o empresa, encarregat de dinamitzar, promoure acords en el sector i fer seguiment dels acords comercials, productes, necessitats i promoció de Les 3 viles.

Objectius: Portar a terme el pla de màrqueting de Les 3 viles. Implicar al sector privat en el disseny de les accions.

Disseny de l'acció:

S'inclourà en el conveni de col·laboració signat entre els municipis la contractació d'un professional o empresa que tingui com objecte identificar, dinamitzar i estructurar productes, detectar necessitats i promoció. És recomanable que sigui liderat per un dels municipis, o que sigui rotatori.

Recomanem que si es contracta un professional estigui contractat a jornada completa.

Participarà en la planificació anual que es realitzarà conjuntament amb els tres municipis i amb les aportacions de la Mesa de Turisme.

Les seves tasques principals seran:

- Fer seguiment dels projectes conjunts de Les 3 viles
- Generar continguts per als suports de comunicació i portals turístics propis i en col·laboració.
- Establir la cartera d'activitats i experiències de Les 3 viles. Calendari anual d'esdeveniments i festes de Les 3 viles
- Dinamitzar el Grup de Treball del sector empresarial perquè arribin a acords comercials entre els seus membres.
- Coordinació amb els responsables municipals i amb el Consorci de Turisme del Maresme
- Cerca i gestió de subvencions en l'àmbit de turisme.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Sant Vicenç de Montalt, Ajuntament de Sant Andreu de Llavaneres i Ajuntament de Caldes d'Estrac. Valorar la participació del Consorci de Turisme

Pressupost orientatiu i calendari: 24.000 € anuals. Desitjable segon semestre de 2022

Finançament a través del Programa d'Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local - AODL, durada de tres anys. Dur a terme un conveni entre els tres municipis perquè un d'ells faci la sol·licitud i sigui finançat pels altres tres.

Un altre via per obtenir la dedicació d'un tècnic seria mitjançant la figura del tècnic compartit, quatre dies treballaria pels municipis i un en el Consorci. El tècnic estaria coordinant pel consorci, el finançament directe dels ajuntaments beneficiats.

4.4 Governança

4.4.3 Mesa de Turisme Les 3 viles (MT)

3G - MESA DE TURISME LES 3 VILES (MT)

Descripció:

Les empreses que són motors de desenvolupament turístic de Les 3 viles no són moltes, en alguns casos tenen necessitats comunes i poden compartir objectius. Per això, creiem que és important dinamitzar un grup de treball més o menys estable que ens permeti impulsar iniciatives conjuntes en alguns casos, o afavorir que es dissenyin noves experiències i que hi hagi acords comercials.

La figura del dinamitzador turístic de Les 3 viles serà clau per impulsar la Mesa de turisme, generar els informes, actes, dinamitzar i portar a terme els acords.

Perquè funcioni un producte o una acció, en el qual la participació del sector privat és determinant per al seu èxit, recomanem que la iniciativa sorgeixi del mateix sector privat. Llançar iniciatives sense el seu suport suposa massa risc i esforç. És una qüestió d'enfocament, si les accions neixen des del sector, o si han de ser assumits pel sector, en el primer cas serà més fàcil la seva participació i inclús la seva implicació econòmica. Aquest espai informal i flexible ha d'estar impulsat per la unió de Les 3 viles a través del conveni de "Visit Les 3 viles", amb el suport de les regidories, i el seu objectiu serà impulsar alguna acció conjunta. Algunes iniciatives ja estan recollides en el present projecte segons les entrevistes i reunions realitzades, altres poden ser proposades a construir i matisar amb el sector.

La Mesa de turisme, amb el temps pot constituir-se de forma més formal, amb un president, comissió de treball i membres amb un reglament de funcionament. Però per arribar a aquest punt hem de començar per aquest grup d'empreses i entitats claus de Les 3 viles.

Per ser operatius i àgils en la comunicació es proposa establir un sistema de comunicació més immediata i actual. Grups de missatgeria instantània, amb la finalitat d'estar informats de les novetats i notícies urgents per al sector, tant les que es produeixen des del vessant públic com privat. WhatsApp Business, podria ser una bona alternativa per a mantenir una comunicació més directa i fluida entre el Dinamitzador i els propis membres del Grup de Turisme Les 3 viles. Dins d'aquest canal de comunicació es poden crear grups d'interès.

Públic objectiu: sector públic i privat de Les 3 viles

Objectius: Enfortir el diàleg entre el sector privat per impulsar accions de competitivitat, de producte i millora de la comunicació. Establir una xarxa de treball estable en el sector.

Gestió i actors involucrats: Empreses turístiques de Les 3 viles i relacionades d'interès. Dinamitzador turístic i ajuntaments.

Pressupost orientatiu i calendari: primeres trobades finals de 2022 principis de 2023

4.4 Governança

4.4.4 Reunions de la Mesa de Turisme de Les 3 viles i ajuntaments Visit Les 3 viles

4G - REUNIONS DEL MESA DE TURISME DE LES 3 VILES I AJUNTAMENTS DE VISIT LES 3 VILES

Descripció:

L'experiència dels empresaris, en estar en contacte diari amb els visitants i residents, ens aporta un gran valor, ja que contribueixen a millorar el diagnòstic de la situació i a la detecció precoç d'amenaques i oportunitats. És per això aconsellable crear un calendari de tres reunions a l'any, on es puguin realitzar presentacions i debats concrets a demanda de la Mesa de Turisme de Les 3 viles. Amb l'objectiu de conèixer de primera mà les problemàtiques, aportacions i visions del sector, per exemple problemes de mobilitat. Segons conveniència es poden generar grups de treball més concrets, per exemple, per a un esdeveniment específic que necessiti la coordinació publicoprivada per al seu bon desenvolupament a Les 3 viles.

En aquestes reunions de la Mesa de Turisme i Visit Les 3 viles debatran i podran proposar estudis específics i reunions informatives monotemàtiques.

Aquestes trobades de treball, poden ser l'embrió de reunions estables de Les 3 viles i Turisme estable, en el qual es comenci a convidar a altres agents d'interès, com per exemple, mobilitat, RENFE, tecnològiques, entre altres.

Públic objectiu: sector públic i privat de Les 3 viles

Objectius: Enfortir el diàleg entre el sector públic i privat. Establir una xarxa de treball estable

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles i Mesa de Turisme de Les 3 viles

Pressupost orientatiu i calendari: primeres trobades primer trimestre 2023



5. Pla de comunicació

5. Pla de comunicació

Dintre de les possibilitats existents és necessari assentar les bases de comunicació per donar suport a les empreses i entitats a millorar la comunicació amb els visitants en destinació i captar nous viatgers.

Les principals demandes del sector va en dues línies:

- Crear destinació, inspirar i facilitar la planificació del viatge a Les 3 viles.
- Millorar la informació i les propostes per gaudir de Les 3 viles, disponible en diferents idiomes.

Per poder donar resposta a les demandes, el Pla de comunicació ha de centrar-se en:

- Assentar les bases de comunicació per ajudar a crear l'imaginari de destinació Les 3 viles.
- Posar en marxa els suports i eines de comunicació imprescindibles on i offline, per inspirar, incrementar el coneixement i poder establir connexions amb el públic objectiu principal, famílies i parelles dels mercats definits.
- Ajudar a les empreses i col·laborar amb els organismes de promoció supramunicipals i associacions de promoció per arribar a mercats internacionals.
- Millorar la comunicació en destinació i la comunicació interna, principalment amb el sector.

Els principals públics objectius a qui haurà d'arribar els nostres missatges seran:

(A) El visitant potencial:

- del mercat de proximitat (municipis de l'entorn i català)
- de la resta de l'Estat, mercat francès i europeu

(B) El visitant en la destinació Les 3 viles

(C) La ciutadania i residents de llarga estada

(D) Als agents públics i privats

(E) Segments específics:

- Jugadors de golf
- Esportistes que competeixen en esdeveniments esportius
- Salut (en un futur)



5.1 A qui i què comunicarem

5. Pla de comunicació

5.1 A qui i què comunicarem

Com hem pogut veure a la diagnosi, partim d'una comunicació turística de mínims i, per tant, hem de treballar per poder anar assentant les bases d'un sistema de comunicació. Les 3 viles hauran de posar en marxa aquesta comunicació de mínims, principalment donant suport al sector i al visitant en destinació, complementant-se amb les palanques de promoció de les entitats públiques i privades per arribar a mercats més allunyats.

A continuació especificuem a qui i què comunicarem:

(A) Comunicació al visitant potencial: del mercat de proximitat, entorn i català de la resta de l'Estat, mercat francès i europeu

A qui comunicarem?	El què	Prioritat
Ciudadà i turistes de Mataró i altres municipis de l'entorn (Arenys de Mar...)	Mataró té una població d'unes 130.000 persones. I té unes 800 places hoteleres i unes mil en el càmping, que es troba a tocar a Llanerres. Són públics d'interès principalment per les propostes de turisme cultural, gastronomia, esportives i esdeveniments. No interessa promocionar les platges a l'estiu.	Alta
Ciutadania de Barcelona i entorn metropolità de Barcelona	Ens dirigim a les famílies i parelles principalment que fan una escapada de descobriment i gastronòmica. El motiu principal no ha de ser passar el dia a la platja, cerquem un públic que vol descobrir i conèixer el territori. Gent curiosa.	Alta
Resta de l'Estat	Famílies i parelles principalment cerquen desconnectar, zona tranquil·la amb un alt poder adquisitiu, que vol gaudir de la platja, fer activitats nàutiques, jugar al golf, gastronomia i entorn natural, i prima la privacitat.	Mitjana- Alta

5. Pla de comunicació

5.1 A qui i què comunicarem

A) Comunicació al visitant potencial:
del mercat de proximitat, entorn i català
de la resta de l'Estat, mercat francès i europeu

A qui comunicarem?	Amb quins objectius i què comunicarem:	Prioritat
França i mercat europeu	<p>El mercat francès és un mercat repetidor, que bé molt a Catalunya, és també el principal mercat estranger de Mataró, i bé principalment per aspectes culturals.</p> <p>Promocionarem destinació, activitats nàutiques, golf, entorn natural, Fundació Palau Picasso, allotjament variat i prèmium, amb la complicitat del sector, i els organismes supramunicipals.</p>	Mitjana- Alta
<p>Segments específics: Jugadors de golf Esportistes que competeixen en Esdeveniments esportius</p>	<p>Donarem suport de benvinguda i informació als organitzadors d'esdeveniments perquè l'experiència a Les 3 viles sigui el millor possible.</p> <p>La comunicació de captació de clients i visitants anirà a càrrec de les empreses. Ens recolzarem, com també les empreses, amb la promoció supralocal segons el cas, Consorci, Barcelona Molt Més i l'ACT a través de les marques i segells, i les associacions com Barcelona golf destinacion, viles Balneàries, entre d'altres.</p>	Alta

5. Pla de comunicació

5.1 A qui i què comunicarem

(B) Comunicació al visitant en la destinació Les 3 viles

Actualment, Les 3 viles no està donant una bona informació i comunicació, ni individual ni conjunta als visitants de la destinació. Les empreses argumenten que hi ha poca informació, no està actualitzada, ni en idiomes. Estan esperançats amb les noves propostes de comunicació a Caldetes, però no és suficient, ja que el turista l'hem d'oferir més propostes.

A qui comunicarem?	Què comunicarem?	Prioritat
Turistes allotjats en els diferents establiments, hagin reservat de forma directa o a través d'intermediaris locals o plataformes internacionals	En diferents idiomes (cat. cast. eng. fra.). Necessiten saber què poden fer a Les 3 viles en un dia, dos dies, i més de tres dies fins a una setmana. Informació sobre experiències, activitats, les festivitats locals, horaris, restaurants, comercials, rutes i excursions, platges, mobilitat, etc.	Alta
Excursionistes de Les 3 viles	Què poden fer per complementar la seva estada o per venir en un altre moment. Informar sobre esdeveniments especials, recorreguts i rutes, restauració, etc	Mitjana

5. Pla de comunicació

5.1 A qui i què comunicarem

(C) La ciutadania i residents de llarga estada

Segons les enquestes facilitades per Llavanes a l'Oficina de Turisme d'estiu, la ciutadania no sap ben bé que li pot oferir, i no coneix totes les possibilitats turístiques dels tres municipis. La ciutadania i els residents de llarga estada es converteixen estratègicament en un públic rellevant.

A qui comunicarem	Què comunicarem	Prioritat
Ciutadania de Les 3 viles	Algunes de les persones que venien a les segones residències s'han convertit en residents. El mateix ciutadà en moltes ocasions no coneixen la història, ni els atractius del seu municipi i entorn. El seu coneixement suposa incrementar la seva estima pel seu municipi i pels municipis que conformen Les 3 viles Conèixer i descobrir Les 3 viles és una manera de sensibilitzar i conscienciar, per això hi ha un programa concret de promoció.	Alta

5. Pla de comunicació

5.1 A qui i què comunicarem

(D) Als agents públics i privats

Després de les reunions mantingudes hem constatat que els agents del mateix sector turístic tenen un coneixement limitat de les possibilitats turístiques de Les 3 viles. Finalment, els mateixos ajuntaments tenen sensibilitat turística diversa.

A qui comunicarem?	Què comunicarem?	Prioritat
Agents públics de Les 3 viles	Sensibilització turística perquè siguin conscients del que aporta el turisme a Les 3 viles, i com afecta algunes decisions públiques a l'experiència dels visitants i de la ciutadania.	Alta
Sector privat turístic i relacionat	Fomentar el coneixement entre les empreses, professionals i els recursos de Les 3 viles Apropar els serveis de l'oficina de turisme al sector informant dels serveis i suport informatiu que els hi poden oferir. Establir un sistema de comunicació àgil.	Alta



5.2 Com comunicarem

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

Relació de totes les accions de comunicació.

0 PC - BRANDING LES 3 VILES: LLAVANERES, SANT VICENÇ DE MONTALT I CALDES D'ESTRAC

1 PC - WEB DE LES 3 VILES

2 PC - PERFIL PROFESSIONAL D'INSTAGRAM "VISIT LES 3 VILES"

3 PC - PÀGINA DE FACEBOOK "VISIT LES 3 VILES"

4 PC - MATERIAL FOTOGRÀFIC I AUDIOVISUAL ACTUAL DE LES 3 VILES

5 PC - PRESÈNCIA EN MITJANS ON I OFF: POSTS, ARTICLES I REPORTATGES

6 PC - MILLORA DE LA PRESÈNCIA EN PORTALS DE DESTINACIÓ

7 PC - OPTIMITZACIÓ I MANTENIMENT SEO DEL WEB VISITLES3VILES

8 PC - WIKIPEDIA I RELACIONATS

9 PC - MILLORA DE LA REPUTACIÓ COMPARATIVA EN PORTALS SOCIALS

10 PC - AFAVORIR LA RESERVA DE SERVEIS I PRODUCTES DE LES 3 VILES

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

11 PC - SUPORTS DE COMUNICACIÓ PER A PLANIFICAR I MILLORAR L'EXPERIÈNCIA

12 PC - PACK DE BENVINGUDA A LES 3 VILES

13 PC - PROMOCIÓ EN LES ZONES DE GRAN AFLUÈNCIA I PAS

14 PC - COMUNICACIÓ DIRECTA AMB EL VISITANT PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA. WHATSAPP PROFESSIONAL

15 PC - GEOLOCALITZACIÓ DELS RECURSOS TURÍSTICS I RUTES A LES 3 VILES GOOGLE MY MAPS

16 PC - MAPA TURÍSTIC LES 3 VILES

17 PC - PROMOCIÓ DE RUTES PER A SENDERISME I BBT

18 PC - CAMPANYA REDESCOBREIX LES 3 VILES

19 PC - 48 H A LES 3 VILES

20 PC - PROGRAMA DE COMUNICACIÓ INTERNA

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

Per plantejar les accions i eines necessàries de comunicació de Les 3 viles ens basarem en com podem influir en les diferents etapes del viatger. Les més conegudes i utilitzades per Google són cinc: Somiar, Planificar, Reservar, Experimentar i Compartir. Tot i això, ampliem els moments de contacte amb el client incorporant altres fases. Aquestes són:



En cada una d'elles realitzarem accions per influir en la decisió i en l'experiència del client.

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

Seqüències d'accions segons les etapes en els que es troba el viatger.

(A) Comunicació al visitant potencial i (B) Comunicació al visitant en la destinació Les 3 viles

1 INSPIRACIÓ

2 RECERCA

3 PLANIFICACIÓ

4 COMPARACIÓ

5 RESERVA

0 PC Branding

1PC Web VisitLes3viles

2PC Instagram VisitLes3viles

3PC Facebook VisitLes3viles

4PC Material Fotogràfic i

Audiovisual

5PC Presència en mitjans on i

of: Posts, articles, reportatges,

6PC Millora de la presència en portals de destinació:

Consorti de Turisme del Maresme, Barcelona és molt més,

Catalunya Experience

7PC Posicionament web

(SEO) en les necessitats del viatger. Resultats de Google. Paraules clau

Optimització SEO del web. Generació de con generació de continguts optimitzats SEO del blog. Publicitat SEM

2PC Instagram:

Geolocalització dels posts. #hashtags

8PC Wikipedia: Perfil Les

3 viles, optimització de les entrades dels tres municipis. Entrades en francès, anglès, català i castellà.

Continguts més específics per poder decidir-se

1PC Web VisitLes3viles, informació més concreta sobre recursos, zona, rutes, selecció gastronòmica, propostes de planificació un dia, cap de setmana, setmana, vídeos, etc.

9PC Millora la nostra reputació comparativa en portals socials. Gestionar la presència:

- TripAdvisor
- Google My Business (Google Maps)
- Altres: minube, Yelp,

Valoracions de l'allotjament en Booking, Airbnb, etc.

10 PC Afavorir la reserva.

És clau una bona distribució perquè es produeixi una reserva.

Canals propis i intermediaris. En el nostre cas recolzar-nos en les empreses per millorar la comunicació que es realitzi una reserva.

Enviar informació de la destinació: enllaç web. Informació d'activitats que es poden reservar a la destinació: Millorar l'ecommerce de la Fundació Palau per exemple.

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

TRAJECTE

Durant el viatge poden conèixer millor la destinació i les opcions que poden fer:

11 PC Suports de comunicació per planificar i millorar l'experiència

- Plans descarregables en PDF de Les 3 viles.
- Guia actualitzada de Les 3 viles
- Altres Per als més petits: Explora Les 3 viles /Passeig al Passat:
Ruta 5 La iaia del Maresme (Cat, Cast, Eng i Fra), complementar-la per exemple amb la Ruta 6- Mataró.
- 17 PC promoció de rutes per a senderisme i BTT

EXPERIÈNCIA

Durant el viatge és l'hora de la veritat

12 PC Pack de Benvinguda als HUT, establiments hotelers i apartaments.

13 PC Promoció en les zones de gran aflluència i pas:
Promoció de Les 3 viles als passos subterranis.

14 PC Comunicació directa amb el visitant:

Email, SMS, Whatsapp, Facebook Ads... millorant l'experiència del viatge amb ofertes, experiències exclusives o informant d'un esdeveniment.

15 PC Geolocalització de recursos, atractius i rutes

16 PC - Mapa turístic Les 3 viles

Oficines de turisme i PIT (1C)
Senyalització (2C)

17 PC promoció de rutes per a senderisme i BTT

COMPARTIR

Ruta selfie de Les 3 viles (13P) i promoció dels hashtags #Les3viles #llavaneres #santvicenç #caldetes #visites3viles (acció OPC Branding)

2PC Instagram I 3PC Facebook:
Sortejos en xarxes socials

Records de Les 3 viles

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

OPC - BRANDING LES 3 VILES: Llavaneres, Sant Vicenç de Montalt i Caldes d'Estrac

Descripció: Potenciar la marca de Les 3 viles com a una destinació completa que està composta pels tres municipis. Un cas similar a *Le Cinque Terre* italiana, format per cinc municipis que es promocionen conjuntament. Tot i això, sense perdre la identitat, ja que per als mercats de proximitat el coneixement de cada un dels municipis és evident. El turista ha de tenir una impressió d'un destí unificat, i perquè sigui així, ha de funcionar com a tal. Amb aquest propòsit creariem un destí molt més atractiu

Públic objectiu: Dirigit a tots els públics finals. Per als mercats més llunyans som desconeguts i ens hem de recolzar amb els noms dels municipis i marques com Costa Barcelona.

Objectius: Donar a conèixer al públic final que Les 3 viles és una destinació completa que ofereix un estil de vida d'alta qualitat, format per Caldetes, Llavaneres i Sant Vicenç. Promoure la globalitat a partir del fet que cada vila conservi la seva identitat.

Disseny de l'acció:

- Actualitzar i difondre el manual d'estil d'aplicació de la marca de Les 3 viles. Consensuar conjuntament els tres ajuntaments com s'hauria d'aplicar en les diferents accions de promoció turística. Reproduir la marca de Les 3 viles sempre que sigui possible amb el nom dels tres municipis. Vetllar per la seva bona utilització, veure la possibilitat de registre de la marca.
- Exemples d'àmbit d'aplicació immediat:
 - Incloure un apartat de Les 3 viles en les diferents webs municipals en l'apartat turístic, les empreses i atractius turístics que tenen web.
 - Portar a terme esdeveniments conjunts, ja siguin esportius, gastronòmics, culturals, que portin el nom de Les 3 viles per promoure la denominació. Com per exemple la Cursa de la dona 3 viles. És important consensuar la denominació Les 3 viles i no 3 viles
 - La senyalització de la Ruta de Les 3 viles que incorpora la marca
 - En els nous projectes que es portin a terme incorporar la marca Les 3 viles en els suports de comunicació i informació, sobretot en aquells que uneixin els tres municipis. Per exemple: senyalització conjunta de les platges de Les 3 viles, rutes que passin pel passeig marítim, itinerari circular d'ebike, entre d'altres.
 - Confeccionar contingut online i offline per als diferents públics de comunicació (trade, periodistes, bloggers, etc.) introduint Les 3 viles, i explicant "l'estil de vida"
 - Potenciar la presència online de Les 3 viles.
 - Promocionar els hashtags propis perquè siguin compartits en tots els suports on i offline.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments i sector privat de Les 3 viles.

Pressupost orientatiu i calendari: Prioritària, assentar les bases en 2022, es pot incloure en el conveni. No té partida pressupostària

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

1PC - WEB DE LES 3 VILES

Descripció: Web turística de Les 3 viles, facilitadora de reserves. Plataforma escalable de promoció de les activitats culturals, esportives, gastronòmiques, i de les festes, tradicions i esdeveniments, dels atractius, entorn natural, parcs urbans, rutes, platja, allotjament i oferta turística complementària.

Públic objectiu de comunicació: Dirigida al resident i al visitant català, espanyol, francès i d'altres països. Turistes itinerants relacionats amb l'esport nàutic i golf. Principalment dirigit a un públic familiar i de parelles.

Objectius de comunicació: Inspiradora per al potencial visitant. Inspiradora, informativa i motivadora per als residents i visitants. Donant a conèixer les propostes culturals, gastronòmiques, esportives i naturals dels tres municipis que la formen.

Disseny de l'acció:

- Compra del domini Visitles3viles.cat com a proposta de domini. Es comprarà l'extensió .com
- Compra i redirecció dels dominis.cat i com: VisitSantAndreuellavaneres, VisitLlavaneres, VisitSantVicensdeMontalt, VisitSantVicenç, Visitcaldetes, Visitcaldesdestrac.
- Aprovació de l'estructura i serveis del web (vegeu proposta en la pàgina següent)
- Web responsive i accessible d'obligat compliment per les administracions públiques.
- Sistema de gestió de continguts en WordPress, un CMS universal i que no ens lliga a un desenvolupador web.
- Selecció i compra de la plantilla web.
- Confecció de textos, optimitzats en SEO. La pàgina seguirà una estructura i un contingut favorable al SEO. Serà amigable amb Google a l'hora de ranquejar de manera orgànica (treballar paraules pròpies i cercades pel públic: Fundació Palau i Picasso, aigua termal caldes d'Estrac, Les 3 viles, Golf a Barcelona, Golf a prop de Barcelona, etc.)
- Disseny web amb optimització SEO tècnic des de l'inici
- Traduccions en castellà, francès i anglès.
- Maquetació web en castellà, francès i anglès.
- Compra de plugins necessaris segons utilitats i serveis: plugin multiidioma, reserva, agenda, seguretat, SEO, formulari de contacte per exemple.
- Donar d'alta i seguiment a través de Google Analytics 4 i Searc Console Insight

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments, actors turístics i organitzacions esportives i culturals.

Pressupost i calendari: S'ha de fer un projecte específic però aproximadament 7-11.000 € aproximadament. Prioritària 2022-23

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

1PC - WEB DE LES 3 VILES

Estructura del web

Menú superior:

- **Les 3 viles** es presentaran els 3 municipis i una mica la seva història, separada i conjunta. **Sostenibilitat a Les 3 viles**
- **Gaudir (Experiències):** Cultura, Benestar, Esports (rutes, golf, activitats nàutiques), Gastronomia, Mediterrani (platges, guinguetes, activitats a les platges, passeig marítim, propostes), Agenda: cultural i esdeveniments.
- **Dormir:** Hotels, casa de colònies, Apartaments turístics, HUT
- **Gastronomia:** A Les 3 viles es menja bé! Classificació segons criteri: platja, nucli antic, amb vistes, tipologia, etc. Restaurants / Cafeteries Esdeveniments gastronòmics. Productes locals
- **Planifica:** Com arribar, com moure's, on aparcar, descàrregues de material, multimèdia, oficines d'informació, etc.
- **Blog:** on es presentin de manera mensual almenys dos post (paraules clau i post d'ocasió). Estarà obert a les empreses del sector sota criteris de publicació.

Dos baners movibles en la home, amb l'objectiu de promocionar els posts i fer publicitat d'allò que interessi.

Destacats amb imatge a la home

- Platges
- Esports a l'aire lliure: Golf - Port Balís - Pitch&Put -Tennis Mora - Senderisme. Bicicleta, etc
- Fundació Palau Picasso
- Nuclis antics
- Aigua termal i salut
- Parcs (parcs amb història, parcs infantils, activitats als parcs...)
- Rutes
- Gastronomia
- Plans familiars
- Plans segons temps d'estada (un dia, dos dies, una setmana)

Imprescindibles (què fer i veure a cop d'ull)

Mapa turístic online georeferenciat

WhatsApp de l'Oficina de Turisme Insígnia de Les 3 viles

Cercador

Formulari de contacte amb l'oficina de Turisme. Reserva d'activitats seleccionades (millor ecommerce)

Xarxes socials: Instagram i Facebook

Col·laboradors i Aliances: Logos d'entitats i institucions que recolzen la promoció de Les 3 viles

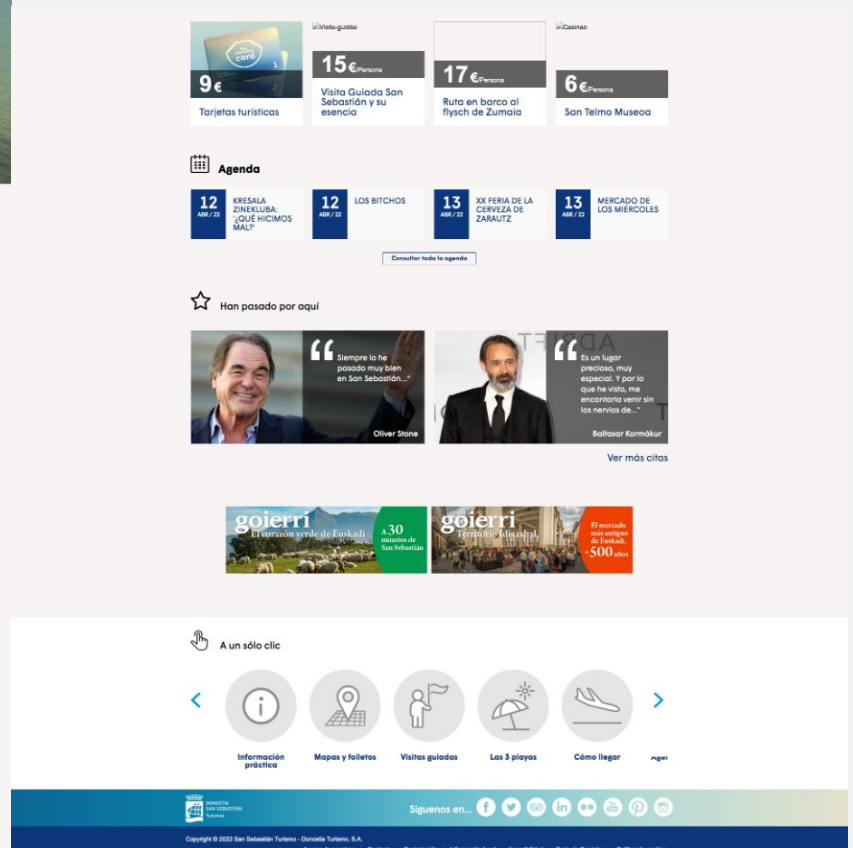
Serveis a valorar: Ecommerce de visites guiades als municipis, entrades a la fundació Palau i els seus productes, Museu Arxiu de Llanerres.

Estudiar el servei a través d'un acord per exemple amb la Fundació Palau que aglutinés la venda dels diferents serveis, els ingressos no directes de visites a la Fundació s'invertirien en promoció. Facilitar la reserva a les empreses enviant al web de venda de cada una d'elles.

5. Pla de comunicació

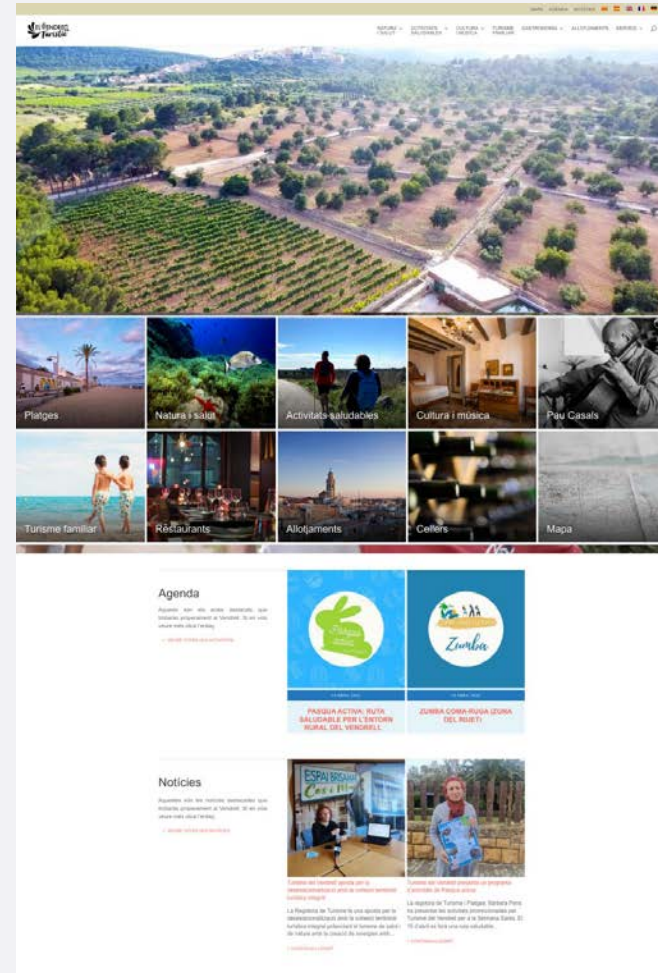
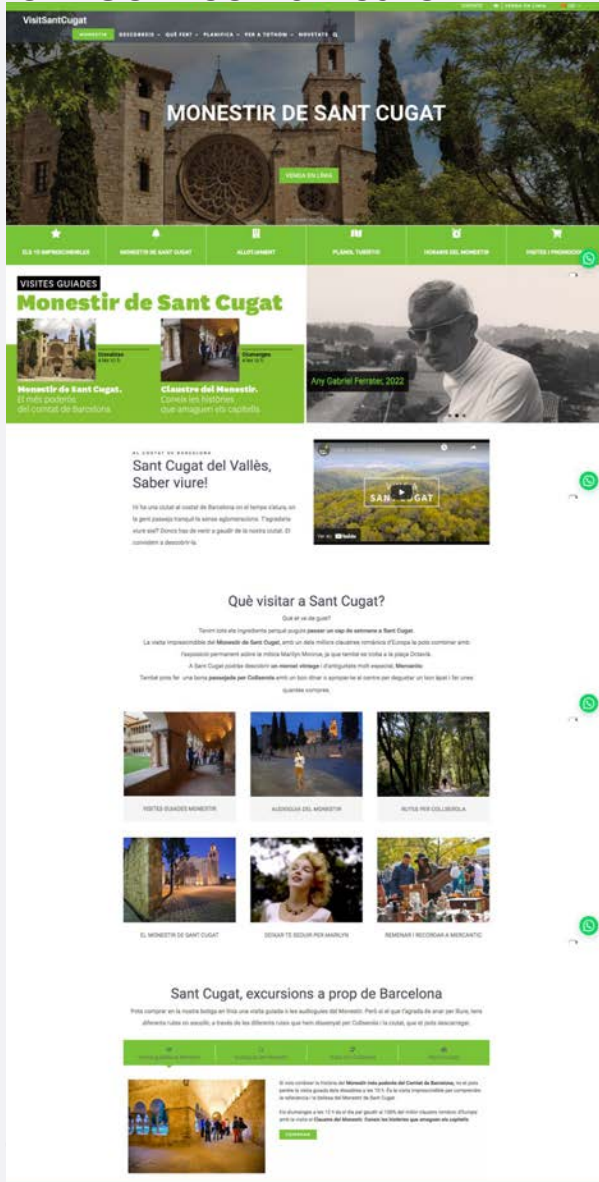
5.2 Com comunicarem?

Referents: sansebastianturismoa.eus:



5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?



elvendrellturistic.com/

visitsantcugat.cat

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

2PC - PERFIL PROFESSIONAL D'INSTAGRAM "VISIT LES 3 VILES"

Descripció: Perfil professional d'Instagram que serà inspirador sobre la destinació. Mostrarà les millors fotografies, vídeos i reels de Les 3 viles (fotografies maques, potents, perspectives noves i material "instagrameable") tan propi com d'altres perfils. Serà una comunicació fresca i coherent amb el posicionament de Les 3 viles, *el teu estil de vida*. Mantindrà el diàleg amb una comunitat que busca inspiració per a les seves sortides i escapades. Es crearà una atractiva estètica de feed. Valorar la possibilitat de crear un TikTok en un futur.

Públic objectiu de comunicació: local, català, espanyol i amb tips internacionals. Ens adrecem a un públic amb un *target* més jove (característiques del mitjà) i amb contingut més vistós i ràpid de consumir. Instagramers de viatges, foodies, golf, amants dels esports nàutics.

Objectius de comunicació: Inspirar als clients potencials que a Les 3 viles pots gaudir d'un estil de vida prèmium. Promocionar i donar ressò als esdeveniments organitzats, espais i visites. Crear comunitat.

Disseny de l'acció: Instagram atractiu amb material de qualitat i informació d'interès. Entrar en conversa amb els seguidors, creant comunitat, responent als comentaris i preguntes.

- Crear un perfil d'empresa (s'ha de tenir compte de Facebook)
- Estratègia i guia d'estil de publicacions.
- Calendari de continguts (dos mesos)
- Banc de recursos gràfics
- Estratègia de hashtags propis, populars i de segments: #visitles3viles #les3viles #viules3viles #caldetes #santvicençdemontalt #llavaneres #les3vilesgourmet #vilesgourmet #les3vilesgolf, #golfcostabarcelona, etc.
- Optimitzar el perfil: biografia clara, què som i que oferim, incloure emojis i un call to action (WhatsApp, telèfon i correu) Afegir com a enllaç linktree (eina que ens permet posar diferents enllaços externs en una sola pàgina) S'haurà de crear compte
- Destacats: caldria realitzar destacats, un per a cada vila, dels principals atractius, per tal de crear un feed i un perfil interessant.
- Publicacions de la natura, d'atractius culturals, gastronòmics, del mar, d'activitats esportives, curiositats, perspectives diferents, miradors, etc. Publicacions de reels, vídeos, fotos, carrusels, històries, sortejos, col·laboració amb altres creadors, compartir testimonis, etc.

5. Pla de comunicació

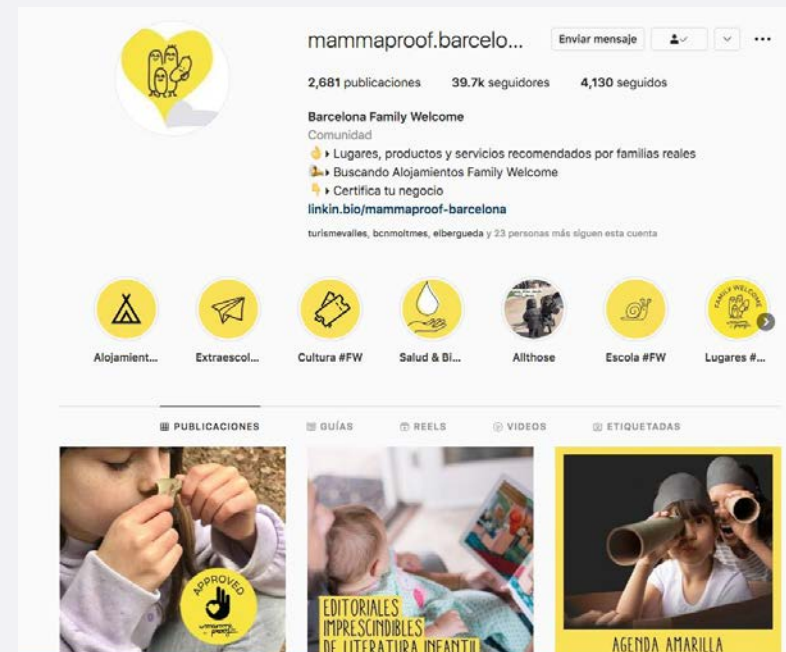
5.2 Com comunicarem?

2PC - PERFIL PROFESSIONAL D'INSTAGRAM "VISIT LES 3 VILES"

- Crear guies turístiques amb la funcionalitat d'Instagram en diferents idiomes.
- Monotorització de mètriques a través d'una eina específica com a Meetricool.
- Publicitat a Instagram per impulsar el creixement de la comunitat la influència de determinades publicacions. Cada vegada és més necessari.

Gestió i actors involucrats: Community manager. Dinamitzador i tècnics dels ajuntaments. Empreses i entitats de Les 3 viles

Pressupost orientatiu i calendari: 3.600 € anuals. Contemplaria unes tres-quatre publicacions setmanals i històries diàries. Cronogrames i seguiment. Els materials gràfics són aprovats pel client i pels altres creadors de contingut de la xarxa. Prioritari 2n trimestre 2023.



5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

3PC - PÀGINA DE FACEBOOK "VISIT LES 3 VILES"

Descripció: Pàgina de Facebook, l'espai per comunicar esdeveniments, propostes, atractius i plans, relacionat amb un públic més madur. Publicarem les millors fotografies, vídeos i continguts actuals, amb copy en català i castellà principalment.

Públic objectiu de comunicació: català i espanyol principalment, amb tips internacionals. Aquesta plataforma es relaciona amb un públic més madur, majoritàriament femení.

Objectius de comunicació: Inspirar i donar a conèixer Les 3 viles i les seves propostes juntament amb la seva oferta i potencialitat cultural, gastronòmica, turística i artística. Induir a la visita. Promocionar el posicionament d'un estil de vida de la destinació i dels municipis. Promoció d'esdeveniments. Entrar en conversa amb els nostres seguidors, creant comunitat.

Disseny de l'acció: Pàgina actualitzada on es presentin publicacions interessants i tots els esdeveniments de les viles a destacar (es pot relacionar amb la informació d'Instagram, xarxes que es complementen per arribar a un públic major).

- Crear la pàgina de Facebook Visit Les 3 viles (s'ha de tenir un compte personal de Facebook vinculat)
- Estratègia i guia d'estil de publicacions
- Calendari de continguts
- Banc de recursos gràfics
- Completar la informació de la pàgina: fotografia baner de portada de Les 3 viles amb els tres noms dels municipis. Descripció, màxim: 255 caràcters per descriure el que ofereix Les 3 viles i els principals atractius. Informació de contacte: web, correu electrònic, telèfon i WhatsApp de l'Oficina de Turisme
- Publicacions d'espais importants i elements a destacar (natura, cultura, gastronomia, mar, muntanya...)
- Publicar Esdeveniments
- Publicacions de reels, vídeos, fotos, carrusels, Facebook Live, publicacions amb contingut enllaçat, enquestes, sortejos, publicacions fixes (per la rellevància de la mateixa durant un període).
- Entrar en conversa amb altres comptes, informar, inspirar i entretenir
- Monitorització de mètriques a través d'una eina específica com a Meetricool.
- Estar atents a altres eines de Facebook. Grups de Facebook d'interès per exemple.
- Pressupost per a Facebook Ads per promocionar el compte per fer-la créixer, els esdeveniments i venda de productes.

Gestió i actors involucrats: Community manager. Dinamitzador i tècnics dels ajuntaments. Empreses i entitats de Les 3 viles

Pressupost orientatiu i calendari: 3.600 € tres-publicacions setmanals i històries diàries. Cronogrames i control. Prioritari 2n trimestre 2023.

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

4 PC - MATERIAL FOTOGRÀFIC I AUDIOVISUAL ACTUAL DE LES 3 VILES

Descripció: La fotografia i el vídeo crea imaginaris turístics en els turistes potencials. Això permet influir en el desig de visitar els racons, recursos i empreses de Les 3 viles. No tenim imatges actuals ni suggerents del territori i cal que s'actualitzi cap al posicionament que volem transmetre, una destinació que promou un estil de vida d'alta qualitat i sostenible.

Públic objectiu de comunicació: empreses de Les 3 viles, trade, periodistes, gestors de contingut web i xarxes socials, etc.

Objectius de comunicació: Inspirar i influir en el desig de viatjar a Les 3 viles. Tenir material gràfic per promoure Les 3 viles a través de diversos canals: xarxes socials, web, publireportatges, fulletons, pòsters, mupis, etc.)

Disseny de l'acció:

Reportatge fotogràfic complet

- Punts d'interès turístic (paisatge, patrimoni, senders, etc.). Esdeveniments principals (fires i festes turístiques). Productors agroalimentaris i gastronomia. Activitats: Banys termals, Golf, Port Balís - Estació Nàutica, Pitch&Put, tennis, altres instal·lacions esportives d'interès, BTT, senderisme.

- Les fotografies han d'estar georeferenciades. I en els formats adients

Càpsules de vídeo

- Presentació de Les 3 viles, Sant Andreu de Llavaneres, Sant Vicenç de Montalt i Caldetes. Incorporarà música, veu en off en català i castellà, amb subtítols en francès i anglès.

- 15 Idees d'escapada de turisme a Les 3 viles: enregistraments de diversos punts en format reel Instagram per tal d'elaborar 20 idees de viatge d'escapada: escapades amb infants, escapades prèmium, escapades golf, escapades multiesport, els imprescindibles de Les 3 viles, escapada activitats nàutiques, i esdeveniments turístics a Les 3 viles, Fundació Palau, Museu Arxiu Llavaneres, els nuclis antics, escapada gastronòmica, dels productes que es posin en marxa (un passeig al passat, gimcanes), etc.

Els reels han de ser dinàmics i frescos, enfocats al turista final, incorporant figurants que duguin a terme les activitats sempre que sigui possible. Els reels d'Instagram incorporaran música actual. En aquest cas no tindrà veu en off, només els noms dels llocs, Relació d'aspecte: 9:16 (format reel Instagram vertical).

Gestió i actors involucrats: Visit Les 3 viles (Ajuntaments), tècnics dels diferents ajuntaments hauran d'acompanyar al fotògraf i al videògraf i col·laboraran les empreses de Les 3 viles.

Pressupost orientatiu i calendari: 9.000 €. Prioritari 2022 Pressupost a compartir entre els ajuntaments, pot haver alguna empresa interessada.

Informació necessària per posar en marxa l'acció: Relació d'ubicacions de les fotografies, temàtiques i guions. Fotògraf professional amb experiència turística, videògraf i operador d'imatge. Es pot valorar introduir imatges aèries a través de dron (complint tots els requeriments necessaris).

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

5PC - PRESENCIA EN MITJANS OFF I ONLINE: POSTS, ARTICLES I REPORTATGES

Descripció: Promoure la presència de Les 3 viles i els seus productes als mitjans off i online mitjançant articles i posts inspiradors. Es portaran a terme tres accions:

- Participació en blogtrips i presstrips impulsats pels organismes de promoció.
- Impulsar un Blogtrip i XS anual de Les 3 viles. Serà de format reduït per tenir un contacte estret i especial, cercant una temàtica o un públic diferent. Per exemple descoberta, familiar, gastronòmic, cultura i natura, esports a l'aire lliure, golf i nàutic. Es comptarà amb la col·laboració i participació del sector privat, a aprovar per la Mesa de Turisme.
- Creació de posts i articles per a promocionar la destinació per als mercats principals en mitjans que es col·labori i organismes de promoció que tingui blog.

Públic objectiu de comunicació: Influencers de xarxes socials, bloguers, periodistes, fotògrafs, gestors de continguts de portals.

Objectius. Incrementar la presència de la destinació i els seus productes en les recomanacions de blogs, mitjans i xarxes socials per incrementar la influència sobre els viatgers potencials.

Disseny de l'acció:

Blogtrip

- Valoració dels bloggers més interessants: millor contingut, target afí. En un inici bloggers que viuen a Catalunya per un tema de costos.
- Proposta de bloggers a convidar. Per exemple: turisme familiar convidar a Viajares, Mammaproof, entre d'altres.
- Confecció de l'estratègia de promoció del blogtrip.
- Programació del viatge. La proximitat dels prescriptors al seu lloc d'origen fa que la durada sigui d'un dia i normalment en cap de setmana, ja que la majoria treballen.
- Confecció del programa.
- Xec-list dels aspectes a tenir en compte el dia de la celebració del blogtrip.
- Pack de benvinguda als bloggers.
- Control i seguiment de les publicacions realitzades i de la publicació en les xarxes socials. Acordar mínims.

Oportunitat per promocionar informació de Les 3 viles: La iaia del Maresme, Blog de Barcelona Molt Més

Gestió i actors involucrats: Diputació de Barcelona, Consorci de Turisme del Maresme, Ajuntaments, Dinamitzador i Mesa de Turisme

Pressupost orientatiu i calendari: 2.900 € blogtrip anual i redacció d'articles. Primer semestre de 2024

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

6PC - MILLORA DE LA PRESENCIA EN PORTALS DE DESTINACIÓ

Descripció:

Treballar el perfil de la destinació de Les 3 viles i dels municipis en els diferents portals com si fos la nostra pròpia pàgina web, amb tots els detalls i imatges en bona qualitat, pensant en el visitant.

Ajudar també a les empreses de la Mesa de Turisme amb material gràfic i informació sobre la destinació per millorar la seva presència en els grans portals de venda: Booking, Airbnb, Vrbo, TripAdvisor i els més petits i especialitzats com Premium Habitat, entre d'altres.

Públic objectiu de comunicació: responsables dels portals de promoció de destinació i productes públics i privats

Objectius: Inspirar i creació de destinació.

Disseny de l'acció:

- Recopilar la informació de cada un dels portals. Valorar la informació existent i el material gràfic publicat en els idiomes que estigui disponible el web.
- Tenint en compte els requeriments del portal, sempre que sigui possible es facilitarà la descripció de Les 3 viles, els municipis que la componen, el posicionament i els imprescindibles. Proporcionar material gràfic de qualitat.
- Optimitzar la informació en els portals del Consorci de Turisme del Maresme (tindrà nova web), en Barcelona molt més, Catalunya, Spain.info (informació inexistent).
- En altres portals que promocionen destinacions amb afinitat: Barcelona Golf Destination, Associació de viles Termals, Portals en els quals col·laborem Femturisme, Natura Local, Festa Catalunya, TurismeCatalunya, etc

Gestió i actors involucrats: Dinamitzador de Les 3 viles. Tècnics de turisme dels Ajuntaments. Mesa de Turisme.

Pressupost orientatiu i calendari: no contempla pressupost específic, contemplat en el Dinamitzador de Les 3 viles. Finals de 2023- primer semestre de 24

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

7PC - OPTIMITZACIÓ I MANTENIMENT SEO DEL WEB VISITLES3VILES

Descripció:

Aconsellem que el web turístic tingui en compte des de l'inici l'optimització SEO en els quatre idiomes recomanats (català, castellà, francès i anglès). Que sigui el més amigable a Google possible, ja que un bon treball inicial i de manteniment farà que el web visitles3viles surti en les primeres posicions quan es recerquin les paraules claus del projecte en Google. A més quan un web té una bona autoritat de domini, després serà molt més fàcil treballar altres paraules clau.

Hi ha 3 tipus d'element que afecten l'optimització d'un site en Google:

- Optimització SEO OnPage: codi i estructura del site, keywords, meta tags, content.
- Millora WPO (web performance optimization): optimització de la velocitat de càrrega de la web, call to action i formularis.
- Millora Offpage: Supervisió i generació contínua d'enllaços externs de qualitat.

El SEO no és una feina puntual, sinó mentre el domini vagi agafant autoritat s'ha de continuar aplicant l'estratègia de SEO per manteniment i creixement del projecte. Si es deixa de treballar el SEO del lloc, es pot perdre part de la feina realitzada. Una estratègia SEO de manteniment i creixement d'un web també suposa estar alerta de les actualitzacions que du a terme el cercador Google per tal que no afectin de manera negativa al projecte.

Objectius: Aparèixer en les primeres posicions en les paraules claus, pròpies i estratègiques del projecte web.

Disseny de l'acció:

- El professional SEO ha de fer feina des de l'inici del projecte web. Revisarà les tasques del programador i del redactor perquè estiguin ben dutes a terme segons l'estratègia SEO aprovada.
- Tasques fonamentals del SEO OnPage: Recerca de keywords per cada pàgina a posicionar. Titles, descriptions i heading. Etiquetes no índex a les pàgines sense finalitat de posicionament. Configurar Robot txt. SEO de les imatges. Anàlisi de canibalitzacions entre pàgines del projecte. Contingut duplicat. Dades estructurades. Curació d'enllaçament intern. Confecció finalment del site map.
- Manteniment: Optimització SEO onpage mensual de pàgines, posts i posts d'oportunitat. Millora d'enllaços externs de qualitat local. Monitorització de resultats i recomanacions.

Gestió i actors involucrats: Proveïdor especialista SEO. Dinamitzador de Les 3 viles i empresa o professional de manteniment web i continguts

Pressupost orientatiu i calendari: Site: 2.000 aproximadament. Manteniment: segons tasques executar a partir de 300 € mensuals. Prioritària: 2022-23

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

8PC - WIKIPEDIA I RELACIONATS

Descripció:

Wikipedia, l'enciclopèdia mundial col·laborativa i un dels llocs web més visitats del món és un gran aparador per al nostre posicionament online. Wikipedia és tot una referència a l'hora de millorar el posicionament d'un web en els resultats de Google. Proposem donar d'alta Les 3 viles en Wikipedia i millorar els perfils de cada un dels municipis en els idiomes principals. Així com posar enllaços des de wikipedia directament al web de visitles3viles, ja que són enllaços d'un domini d'autoritat. Es realitzarà almenys en català, castellà, francès i anglès. També recomanem que de mica en mica es millorin les entrades dels atractius principals i, en alguns casos, es donin d'alta alguns recursos, sempre introduint l'enllaç al web de turisme i duent a terme les traduccions pertinents. Introduir imatges en Wikimedia Commons, projecte col·laboratiu de material gràfic, per ser reproduït., Wikiviajes (wikitravel és una guia de viatge gratuïta creada per autors voluntaris. És un projecte germà de Wikipedia)

Públic objectiu: tots els públics.

Objectius: millorar els resultats de les recerques de Les 3 viles i els municipis al cercador de Google. Millorar la informació i ajudarà a enfortir l'imaginari de la destinació i marca de Les 3 viles.

Disseny de l'acció:

Revisió i mapatge de la situació actual

Recomanem encarregar a un proveïdor o obrir un compte per crear les publicacions i seguir les regles de forma i edició de Wikipedia.

Editar les entrades, corregir, traduir, i aplica enllaços.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles, proveïdor intern o extern, traductors.

Pressupost orientatiu i calendari: són plataformes gratuïtes, per tant, poden ser utilitzades de forma lliure. Tot i això, s'hauran de confeccionar les traduccions i els textos segons normes de Wikipedia. Dotació pressupostària 1900 €. Iniciar per donar d'alta el perfil de Les 3 viles i revisió de la informació dels municipis. Segon trimestre 2023

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

9PC - MILLORA DE LA REPUTACIÓ COMPARATIVA EN PORTALS SOCIALS

Descripció:

Gestionar els comentaris dels perfils dels atractius, de la destinació de Les 3 viles, municipis i oficines de turismes, tant a TripAdvisor com el Perfil Empresa en Google Maps principalment. Promoure que els visitants facin comentaris positius en les dues plataformes, convidant-los que deixin ressenyes. Altres plataformes d'interès: Yelp, minube, xarxes socials.

Per a la destinació és molt important que el sector empresarial gestioni i tregui el màxim profit de les plataformes anteriors i dels intermediaris online claus, on les ressenyes influeixen a l'hora de prendre una decisió (Booking i Airbnb, entre d'altres.)

Públic objectiu: ciutadania, visitants nacionals i internacionals

Objectius. Millorar les ressenyes i incrementar la quantitat d'atractius presents en TripAdvisor i en Google Maps i cercador) principalment per millorar la nostra presència i reputació. Incrementar les visites.

Disseny de l'acció:

- Gestionar i monitoritzar el perfil d'empresa en Google Maps i TripAdvisor (en diferents idiomes) com a plataformes claus. Sobretot el perfil en Google per la seva influència en les recerques SEO i Google Maps (vegeu acció 15PC)
- Crear els perfils en Google, optimitzar i mantenir el perfil de l'Oficina de Turisme Les 3 viles.
- Afegir novetats, productes un botó de crida a l'acció (reservar, comprar, registrar-se, trucar)
- Contestar els comentaris dels perfils claus. Respondre a les preguntes dels viatgers.
- Des de l'Oficina de Turisme aconseguir més opinions en les dues plataformes a través de les eines que ens faciliten.
- Formació específica per treure el màxim profit dels perfils d'empresa en Google Maps i TripAdvisor al sector i oficines de turisme.
- Campanyes de promoció

Gestió i actors involucrats: Oficines de Turisme, Dinamitzador de Les 3 viles, Ajuntaments i sector empresarial.

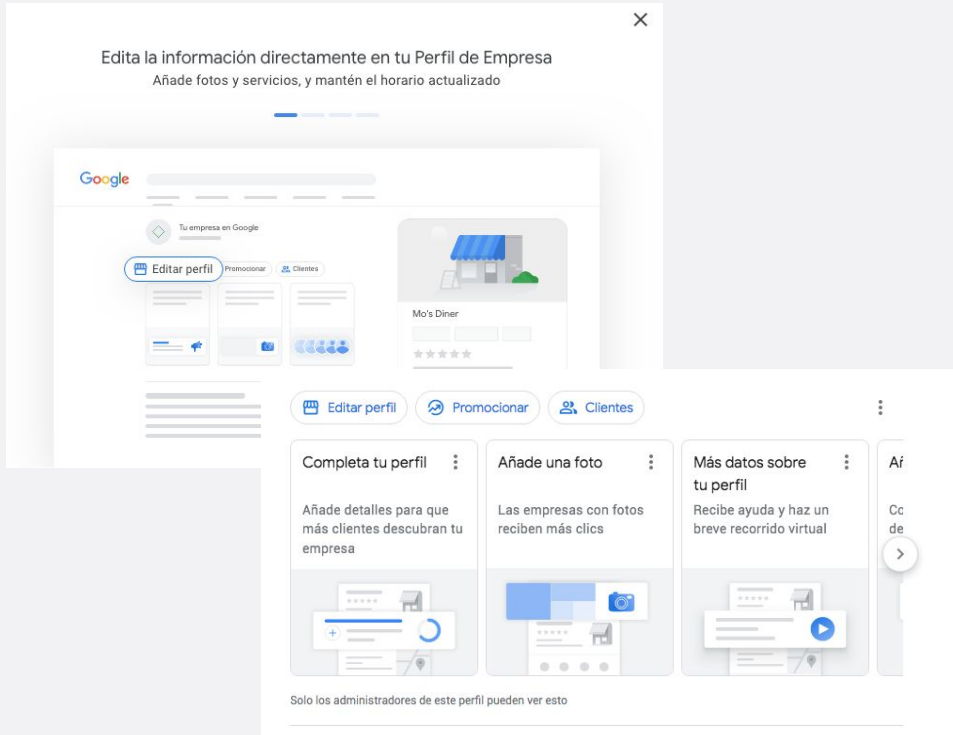
Pressupost orientatiu i calendari: Es pot fer un encàrrec extern per fer els perfils. Uns 25 perfils 2.000 €. Traduccions de continguts. Segons trimestre de 2023.

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

Google Maps i la Cerca substitueixen a l'aplicació Google My Business i seran el nou mitjà per gestionar el perfil.

Resultats en Google Maps i anunci per comprar entrades



5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

Gestió del perfil en TripAdvisor

Centro de Gestión del Monestir de San Cugat (Monasterio de San Cugat)

Potencie las reservas con Viator

Adéntrese en el mercado mundial colaborando con el principal vendedor online de visitas guiadas y actividades.

Comenzar



Cree un Storyboard

Se lo ponemos fácil para que convierta sus mejores fotos y opiniones en un Storyboard dinámico que aparezca en

la parte superior de la página de su



Ir a Panel multimedia

Añada nuevas fotos y videos y destaque los que muestren la mejor cara de su negocio.



Responder a opiniones

Haga saber a los clientes que valora su opinión escribiendo respuestas atentas a sus comentarios.



Opinión exprés

La manera rápida, fácil y gratuita de conseguir más opiniones



Gestionar perfil

Editar su ubicación, descripción y otros detalles para garantizar que la información que aparece en su perfil es

correcta.



Guías y artículos

Leer prácticas recomendadas para gestionar su perfil y desarrollar su negocio con herramientas y servicios de

TripAdvisor



Ver panel de rendimiento

Ver las principales tendencias e indicadores de rendimiento de su establecimiento.

Visualització del perfil de l'atractiu i venda de producte

Monestir de San Cugat (Monasterio de San Cugat)

362 • N.º 1 de 36 cosas que hacer en Sant Cugat del Vallès • Lugares religiosos • Iglesias y catedrales

Cerrado ahora • De 10:30 a 19:00 • [Visitar sitio web](#) • [Llamar](#) • [Enviar un correo electrónico](#)

Acerca de

El Real Monasterio de Sant Cugat es uno de los mayores exponentes del arte medieval en Cataluña, catalogado como un Bien Cultural de Interés Nacional.

El claustro románico es el elemento más destacable del conjunto por su estructura ...

[Leer más](#)

Duración recomendada

1-2 horas

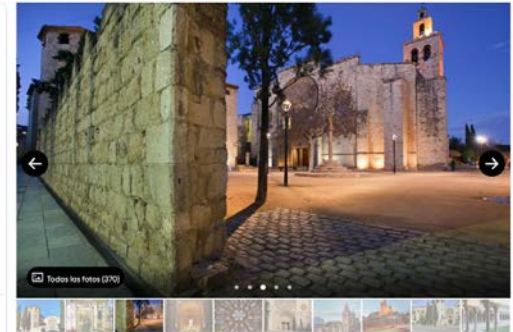
[Sugiere modificaciones para mejorar lo que mostramos.](#)

[Mejorar este perfil](#)

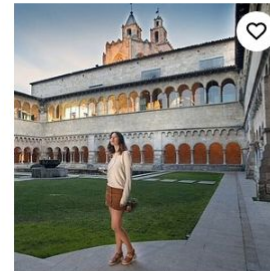
Tours y experiencias

Encuentra otras maneras de disfrutar de este lugar.

[Ver opciones](#)



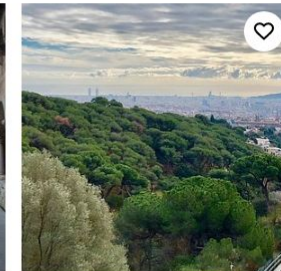
Planifique su visita



Audioguía en el Monsterio de Sant Cugat

Recorridos a pie

a partir de 6,00 € por adulto



Más que una ciudad: Barcelona Nature Walk

Excursiones de un día

a partir de 44,00 € por adulto (el precio varía en función del número de personas por grupo)

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

10PC - AFAVORIR LA RESERVA DE SERVEIS I PRODUCTES DE LES 3 VILES

Descripció: El potencial visitant quan recerca, compara i pren la decisió, el que vol és reservar. Per això, és important tenir canals propis de venda i una bona distribució dels serveis i productes als portals i intermediaris dels nostres mercats meta.

En el cas de l'administració pública la venda d'experiències i recursos és més complexa, els preus públics, els concursos públics quan són serveis repetitius en el temps, etc. Tot això, dificulta la presència en aquests canals de referència i també la distribució de propostes impulsades pels municipis, que en la majoria dels casos són gratuïtes i, per tant, no són d'interès pels intermediaris.

Com ho podem enfocar des de Les 3 viles? Recolzant-nos en les empreses perquè millorin la comunicació amb el seu client perquè realitzi una reserva. Però no soluciona la problemàtica, es podria valorar que fos la Fundació Palau que potenciés la comercialització d'experiències de la destinació, i que els ingressos tornessin a la promoció de l'ecommerce.

Públic objectiu: tots els públics i empreses de Les 3 viles.

Objectius. Afavorir la reserva en la destinació a través de les empreses. Dotar a la fundació Palau d'un ecommerce.

Disseny de l'acció:

- A través de la Mesa de Turisme, treballar amb el sector com es pot afavorir la reserva i millorar l'estada dels seus clients. Se'ls hi proporcionarà l'enllaç web Visitles3viles.cat, que tindrà informació de qualitat i informació d'activitats que es poden reservar a la destinació.
- Promoure l'ecommerce de la Fundació Palau, no només de les seves entrades a la Fundació, sinó de propostes per al territori, actualment fan visites guiades a Caldetes. Tot això implica la signatura d'un conveni i la millora del web amb possibilitat de venda i accessible en diferents idiomes.

Gestió i actors involucrats: Mesa de Turisme, Ajuntaments de Les 3 viles, dinamitzador, Fundació Palau. Trade i intermediaris.

Pressupost orientatiu i calendari: No té pressupost específic. Prioritari, segon trimestre de 2023

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

11PC - SUPORTS DE COMUNICACIÓ PER A PLANIFICAR I MILLORAR L'EXPERIÈNCIA

Descripció:

El turista de famílies i parelles que s'allotgen a Les 3 viles són de nacionalitat diversa. A demanda del sector, proposem la confecció de Plans descarregables segmentats de Les 3 viles en format PDF, en un inici per a les famílies i públic adult (parelles). Aquests plans estaran pensats perquè puguin escollir activitats i viure Les 3 viles en la seva estada.

Públic objectiu: famílies, parelles que pernocten en allotjaments de Les 3 viles són de nacionalitats variades. Catalans, resta de l'Estat, francesos i altres països

Objectius: Ajudar al visitant a planificar la seva estada a Les 3 viles, i donar suport si així ho requereix.

Disseny de l'acció:

- Confecció dels Plans segmentats en format web i PDF per a la seva difusió i lectura, segons preferència de l'usuari. Tindrà la informació suficient per poder planificar la seva estada a Les 3 viles i realitzar també alguna excursió. Estarà disponible en quatre idiomes
 - Plans per a la família. Explora Les 3 viles. Recull de rutes i activitats que poden gaudir tota la família. Estarà compost de les rutes culturals i naturals principals pensades i adaptades per a les famílies, i de les activitats que es poden contractar. Per exemple: Passeig al Passat, Atrapa els Xurravins, Ruta megalítica, Coneix els nuclis antics de Les 3 viles, La Fundació Palau en família, Ruta dels parcs infantils, Ruta dels parcs històrics, Can Caralt, Els bojos anys vint, Aprenem a jugar a golf, Sortida familiar en barca, Les platges, Restaurants familiars, i no t'oblides de comprar els dolços.
 - Adaptació per a les parelles.
- Altres possibilitats que podem aprofitar del que ja s'ha realitzat:
 - Revisió i actualització de la guia de Les 3 viles
 - Ruta 5 La iaia del Maresme (cat, cast, eng i fra), complementar-la per exemple amb la Ruta 6- Mataró.

Gestió i actors involucrats: Mesa de Turisme, dinamitzador amb el suport dels Ajuntaments. Diputació de Barcelona. Empresa de disseny i impremta.

Pressupost orientatiu i calendari: Dotació pressupostària per a traduccions, disseny i maquetació 5.500 €. Durant el quart trimestre de 2023 i primer semestre de 2024.

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

12PC - PACK DE BENVINGUDA A LES 3 VILES

Descripció: Benvinguda a Les 3 viles consistirà en una targeta, fulletó o sobre que contingui informació sobre què veure, què fer, què comprar i on menjar a Les 3 viles. Es pot complementar amb alguna promoció d'alguna visita i la informació es pot donar a través d'un codi QR per abaratir els costos.

Públic objectiu de comunicació: turista català i espanyol, francès i d'altres nacionalitats que s'allotja a Les 3 viles per motius d'oci, esports, etc. Participants d'esdeveniments esportius

Objectius de comunicació: Donar a conèixer les potencialitats i possibilitats turístiques, culturals, gastronòmiques, esportives i naturals de la zona de Les 3 viles i els tres municipis que la formen.

Disseny de l'acció:

Conjuntament amb el sector es treballarà el contingut, format més adequat, que tingui una bona relació qualitat-preu. La informació que es facilitarà al turista ha de ser molt pràctica i útil per moure's per Les 3 viles. Per exemple:

- Els imprescindibles amb la informació bàsica d'horaris i preus.
- Rutes per la zona, amb punts d'interès i recomanacions de zones de cafeteries i restaurants.
- Activitats que podem fer a Les 3 viles, amb els millors preus si reserves a través de l'allotjament (nàutics, golf, bicicleta, etc.)
- Informació sobre el transport públic, parades d'autobús pròximes, telèfon de taxis, informació de trens i tarifes, i informació sobre la manera més fàcil de moure's per la zona.
- Esdeveniments especials, fires, festes i mercats.

Es pot facilitar a través d'un codi QR que anirà directament al web de Les 3 viles o una landing especialment dissenyada. En el pack de benvinguda es pot incloure alguna promoció que interressi promocionar en aquell moment. Es facilitarà un Mapa Turístic de Les 3 viles físic (vegeu acció 16PC) que portarà DOS CODIS QR el mapa online i al web. El mapa turístic pot tenir la informació bàsica dels imprescindibles. La informació que pugui tenir canvis es facilitarà a través del QR.

Gestió i actors involucrats: Visit Les 3 viles (Ajuntaments), Mesa de Turisme i Dinamitzador de Les 3 viles. Empresa de disseny i impremta.

Pressupost orientatiu i calendari: En format targeta de benvinguda. Impressió unes 1.500 unitats 1.700 €. Primer semestre de 2024

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

13PC - PROMOCIÓ EN LES ZONES DE GRAN AFLUÈNCIA I PAS

Descripció: Les platges i el passeig marítim són els recursos estrella, sobretot quan arriba el bon temps. Es proposa realitzar una prova pilot de publicitat exterior de Les 3 viles, que tindria una part amb contingut conjunt i una altra part amb contingut específic del municipi on es realitzés la intervenció. Proposem tres possibles accions a valorar, que serien molt efectives

- Els passos subterranis, on les parets es converteixen en promotors de Les 3 viles. Passos subterranis d'accés a les platges i de les estacions de tren. Comprovar propietats i possibles acords.
- Passeig de Les 3 viles: un gran espai que en moments puntuals es pot convertir en un museu a l'aire lliure. Pel seu cost podria ser una iniciativa a proposar al Consell Comarcal - Consorci de Turisme
- Tòtem interactiu. Informació turística 365 dies a l'any (en l'actualitat vam identificar un tòtem en Sant Vicent de Montalt enfront de dependències municipals del Centre Cívic el Gorg).

Públic objectiu: visitants a Les 3 viles.

Objectius: Promoure els atractius i activitats en els llocs de gran aflluència de visitants perquè planifiquin la seva visita.

Disseny de l'acció:

Les tres accions poden ser complementàries, i poden fer-se en el temps.

- Els passos subterranis públics o de RENFE es converteixen en murals de promoció turística. En aquest cas recomanem fer una prova pilot, definir els missatges, material gràfic de qualitat i disseny, per fer després la producció i instal·lació. Valorar fer un conveni conjunt dels tres municipis amb RENFE per veure vies de promoció.
- El passeig o el Port es converteixen en un lloc ideal per a promoure els atractius de la destinació a través d'una exposició amb un relat d'interès. Alguns d'ells es podrien quedar formant part d'un producte turístic. Per exemple, una imatge de l'Hotel Colón antiga.
- Per últim, els punts d'informació interactius. Tenen una pantalla tàctil que permeten navegar pel web visitles3viles que estaria predeterminada i quan no s'interactua amb la pantalla es converteix en un suport de cartelleria digital, mostrant diferents imatges promocionals.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles, RENFE, empreses proveïdores.

Pressupost orientatiu i calendari: Segons projecte. Per exemple un tòtem interactiu sobre els 12.000 € amb suport informàtic (Municipi de Chiclana pantalla de 44 polsades). Posada en marxa en 2024.

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?



5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?



Possibles ubicacions, de pas subterrani a la platja i de sortida del tren de RENFE a Caldes d'Estrac

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

14PC - COMUNICACIÓ DIRECTA AMB EL VISITANT PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA. WHATSAPP PROFESSIONAL.

Descripció:

Una vegada el visitant ja ha fet la reserva a l'allotjament o ha contactat amb l'oficina de turisme i tenim les seves dades de contacte*, és el moment de crear un sistema de comunicació eficaç. Són varies les eines que podem fer servir per comunicar-nos de forma directa, però apostem per WhatsApp Business.

- WhatsApp és el mitjà preferit de comunicació entre persones, la més efectiva, ràpida i utilitzada. Emprem més sovint la missatgeria instantània que la trucada de telèfon. També és més fàcil de gestionar, ja que permet tenir diverses comunicacions a l'hora. Proposem dos mitjans de comunicació:
 - A través del Whatsapp de l'Oficina de Turisme: el mitjà directe ideal de contacte amb el client. Ens permetrà enviar no només text, sinó promocions, entrades, PDF, URL d'interès del web
 - A través del WhatsApp dels allotjaments. Normalment, l'allotjament és el que es comunica amb el client i el que té més fàcilment les dades de contacte. A través del Whatsapp corporatiu la "Mesa de turisme" informará el sector de les activitats, esdeveniments i notícies d'interès per al visitant. Animarem perquè enviïn propostes als seus clients de Les 3 viles
- Altres instruments de comunicació directa:
 - Videotrucades amb cita prèvia amb potencials clients, per planificar el viatge
 - Per correu electrònic, per trametre informació.
 - A través de les xarxes socials, perfils d'empresa de Google i d'altres plataformes.

**Tenir en compte el compliment de la protecció de dades personals.*

Públic objectiu: client en destinació com a prioritari. Potencial client interessat que ens ha deixat les seves dades de contacte. Empreses d'allotjament de la Mesa de Turisme

Objectius: millorar l'experiència del client en destinació i ajudar a planificar el viatge.

Disseny de l'acció:

Fase 1:

Formació WhatsApp per al turisme. Avantatges i oportunitats per millorar l'experiència i les vendes.

Donar d'alta WhatsApp de Les 3 viles i el de l'Oficina de Turisme com a mitjà principals de comunicació.

Fase 2.

Integració de sistemes amb la plataforma CRM d'HubSpot, inclou totes les eines i integracions necessàries de màrqueting i atenció al client i gestió de continguts. Integraríem el correu electrònic, WhatsApp, xarxes socials, web, campanyes, etc.

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

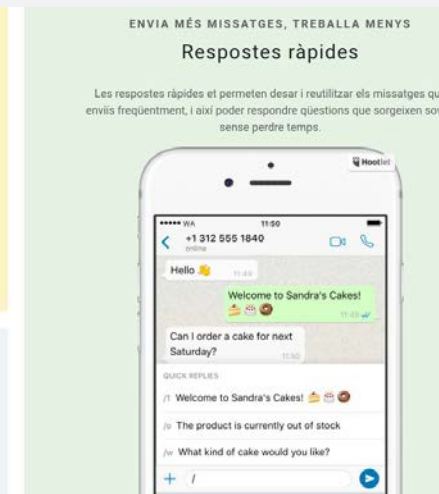
14PC - COMUNICACIÓ DIRECTA AMB EL VISITANT PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA. WHATSAPP PROFESSIONAL.

Gestió i actors involucrats: Oficina de Turisme de Les 3 viles, Mesa de Turisme, Dinamitzador de Les 3 viles, tècnics dels ajuntaments.

Pressupost orientatiu i calendari: L'aplicació és gratuïta. La integració a un sistema de CRM HubSpot versió gratuïta, i versió starter 500 euros anuals. Necessita formació o empresa externa de suport. 2023 primera fase. 2024 segona fase



[WhatsApp Business](#)



5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

15PC - GEOLOCALITZACIÓ DELS RECURSOS TURÍSTICS I RUTES A LES 3 VILES GOOGLE MY MAPS

Descripció:

Revisió de la correcta geolocalització dels recursos turístics, principalment aquells que formaren part de les rutes i itineraris proposats a Les 3 viles. Confecció dels mapes amb els recursos que conformen les rutes amb Google My Maps, complementant amb imatges i descripcions en els diferents idiomes.

Públic objectiu: ciutadania i visitants nacionals i internacionals

Objectius: confecciona mapes de les diferents propostes de rutes per a la seva difusió.

Disseny de l'acció:

- Compte de Gmail per accedir a l'eina de Google My Maps que ens permetrà crear les diferents rutes a través de la localització dels recursos d'interès.
- Es procedirà a localitzar les fites, afegint les marques de posició en el lloc on es localitzen
- Podrem afegir en el camp descripció, la informació sobre el relat del lloc d'interès i aspectes de l'entorn, enllaçarem fotografies.
- Es faran mapes en diferents idiomes.
- Cada ruta tindrà el seu mapa corresponent
- Podrem compartir la ruta de forma pública, en xarxes socials i incrustar el mapa en el web.
- Sugerim revisar i millorar el contingut de les rutes culturals del [Consorti del Maresme](#).
- Un bon instrument és el mapa de patrimoni cultural de la Diputació de Barcelona. Caldetes ja ho ha realitzat, però no així Sant Andreu de Llavaneres, ni Sant Vicenç. Es pot sol·licitar via catàleg

Gestió i actors involucrats: Dinamitzador de Les 3 viles, tècnic dels ajuntaments, empresa proveïdora, si es creu necessari, Consorci de promoció turística de Costa del Maresme.

Pressupost orientatiu i calendari: no es contempla un pressupost específic. Una vegada confeccionada les rutes, 2023-24

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

16PC - MAPA TURÍSTIC DE LES 3 VILES

Descripció:

Mapa turístic simplificat en format paper per als turistes en destinació. Ha de permetre al personal de l'oficina de turisme, a l'amfitrió d'un HUT o recepcionista d'un hotel, donar les indicacions pertinents. És a dir, situar fàcilment al visitant on es troba, marcar els llocs a visitar, per anar a comprar, menjar, les parades de bus, l'estació de tren, zones d'aparcament, etc. Aquesta acció surt de la de demanda del taller online d'Allotjament de Les 3 viles

Públic objectiu de comunicació: Allotjament de Les 3 viles principalment, oficines de turisme, PIT, atractius turístics, turista en destinació en els allotjaments de Les 3 viles.

Objectius de comunicació: Informar i promoure els atractius al turista en destinació.

Disseny de l'acció:

- El mapa tindrà dues cares, la del municipi i la de Les 3 viles (simplificat) amb les activitats, recursos, aparcament, allotjament, portes d'entrada a les rutes i comunicacions. Tindrà un QR que portarà al web de turisme. Serà multiidioma.
- Disseny atractiu i simple, no cartogràfic. Muntanyes, camins i atractius tridimensionals, directori amb telèfons útils. Predominen els colors, les zones ombrejades i les referències, ja que la finalitat és que sigui de fàcil i de ràpida interpretació. Ha de resultar còmode a la butxaca, a la lectura i a la consulta exprés.
- Base de dades per fer una bona distribució del mapa turístic.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles. Mesa de Turisme. Proveïdors (dissenyador de mapes turístics i producció).

Pressupost orientatiu i calendari: Dotació pressupostària 3.000-6.000 euros per al disseny. Es pot cercar un parell de patrocinadors que puguin posar publicitat. Primer semestre de 2023.

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

17PC- PROMOCIÓ DE RUTES PER A SENDERISME I BTT

Descripció de les accions principals

Són moltes les persones que volen gaudir de l'entorn natural. Es proposa tenir un apartat web dedicat als amants de fer camí a peu o en bicicleta de muntanya. Que els hi permeti escollir la ruta segons distància/temps, nivell de dificultat i punts d'interès. Així com fer difusió des del vessant més turístic com més professional.

Públic objectiu de comunicació: Senderistes i amants de la BTT. Influencers genèrics i especialitzats. Ens de promoció turística i plataformes especialitzades.

Objectius de comunicació: Difondre les principals rutes de Les 3 viles al públic de proximitat.

És important tenir dos tipus de suports un més turístic per a un públic no expert i un suport per afeccionats i més experts.

- **Fitxes de les rutes, descripció i georeferenciació (tracks) d'itinerari, disponibles via web.** Tracks per a GPS, permet seguir el recorregut sense senyalització. Han d'estar actualitzat. Imprescindible per al turista actiu com per l'expert
- **Confeció de posts d'oportunitat**, millorar el SEO del web en senderisme i bicicleta de muntanya.
- **Instagram i Facebook** amb projecció externa (turístic, natura, cultural, esdeveniments).
- **Fulletó divulgatiu de distribució gratuïta** amb l'oferta, i amb informació del sector privat (visites turístiques a complementar, llistat de restaurants i allotjaments, comerços col·laboradors). Mapa-esquema de la xarxa de camins, disponible també via web. Amb QR d'informació específica de les rutes.
- **Rutes a Wikiloc (perfil del Consorci de turisme del Maresme, Barcelona molt més i ACT), strava i endomondo** es poden compartir rutes, són apps, webs i xarxa social per amants dels esports a la natura (senderisme, btt, cicloturisme...) Tenen seguidors també a Instagram i Facebook. **Catalunya Offline** és una aplicació per a mòbil desenvolupada per l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya (ICGC) que us permet moure-us sobre el territori català, prendre punts i gravar les vostres rutes i excursions amb el GPS encara que no tingueu cobertura de dades al vostre mòbil.
- **Rutes a Natura local**, revisió de les rutes publicades de Sant Vicenç i incorporar les noves. Natura Local està implantada a Catalunya, dirigida més a senderistes turístics.
- Presència als **mitjans on i offline, bloggers...** amb les propostes de rutes temàtiques
- Consorci de turisme del Maresme, afiliat al programa de senderisme de l'ACT.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles. Mesa de Turisme. Associacions expertes com Xurribikers i Montaltrek de Sant Vicenç.

Pressupost orientatiu i calendari: No té pressupost específic per a 2023,. Complementar 2024 amb una dotació de 3.000 €

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

(C) La ciutadania i residents de llarga estada

Procés de comunicació per a la ciutadania resident i turista residencial.

EXPERIÈNCIA

13PC Promoció en les zones de gran afluència i pas: Promoció de Les 3 viles als passos subterranis.

14PC Comunicació directa:

Whatsapp, de l'Oficina de Turisme per millorar l'experiència

15PC Geolocalització de recursos, atractius i rutes

16 PC - Mapa turístic Les 3 viles

17 PC promoció de rutes per a senderisme i BTT

18PC Campanya Redescobreix Les 3 viles: promoció VisitLes3viles.cat, Xarxes Socials

Oficines d'Informació per gaudir de Les 3 viles (1C)

19PC 48 h Les 3 viles

COMPARTIR

Ruta selfie de Les 3 viles (13P).
OPC Branding. Promoció dels hashtags #Les3viles #llavaneres #santvicenç #caldetes #visitles3viles

2PC Instagram I 3PC Facebook:
Sortejos en xarxes socials

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

18PC - CAMPANYA REDESCOBREIX LES 3 VILES

Descripció: Dissenyar una campanya utilitzant els mitjans locals per arribar a la ciutadania i turistes de segones residències promocionant les rutes i activitats que es poden gaudir en el municipi durant un temps determinat. Promovent el web visitale3viles.cat, les xarxes socials i oficines de turisme.

Públic objectiu de comunicació: ciutadania i turistes de segones residències de Les 3 viles, entitats, empreses, periodistes de mitjans locals.

Objectius de comunicació:

Que el resident visiti els racons i les activitats que es poden fer a Les 3 viles, incrementant el sentiment de pertinença. Donar a conèixer les oficines de turisme i els serveis d'informació, assessorament i programació d'activitats. Aconseguir seguidors locals a les xarxes socials turístiques, visites el web i a l'oficina de turisme.

Disseny de l'acció:

- Mitjançant un producte o una combinació, promoure el redescobriments de Les 3 viles, i fer servir el web, les xarxes socials i l'oficina de Turisme per a participar. Durant un mes, per exemple, es pot promocionar la ruta Selfie com un concurs de fotografia amb un premi.
- Per exemple, s'haurà de recollir a l'oficina de turisme la informació o donar-se d'alta al web. Hauran de fer el recorregut i fer les fotografies almenys tres punts diferents, un de cada municipi i pujar-ho a les xarxes, etiquetar-ho i compartir-ho amb un amic. Finalment, tot això farà que es participi en un sorteig amb un bon premi: per exemple, una sortida en vaixell i un dinar gourmet.
- Per promocionar-ho farem servir els mitjans locals on i offline, i en els llocs de més aflluència (segons temporada) taulells publicitaris dels ajuntaments, tòtems interactius, pòsters, flyers i es pot posar pancartes o banderoles.



Gestió i actors involucrats: Ajuntaments "Visit Les 3 viles" Mesa de Turisme, empreses col·laboradores i proveïdors.

Pressupost orientatiu i calendari: dotació pressupostària 2.500 €. Posada en marxa en 2023

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

19PC - 48 h A LES 3 VILES

Descripció:

Dissenyar un programa d'activitats dirigit principalment a la ciutadania, al turista residencial i visitant de proximitat que mostri la història, els racons amagats i les empreses. Normalment, quan hi vivim o estiuegen en un lloc, passa massa sovint que no es coneix un museu, no s'ha anat mai a la terrassa de l'hotel, no s'ha provat jugar golf, o no sabíem que hi havia un artesà al poble.

Els teatres, museus, comerços, hotels, entitats esportives, artistes, mansions que els propietaris vulguin participar, etc. obren les portes i ofereixen un programa especial d'activitats.

Públic objectiu de comunicació: ciutadania de Les 3 viles, turistes de segones residències, visitants de proximitat. Entitats, empreses i propietaris de cases particulars rellevants de Les 3 viles. Mitjans locals, bloguers, instagramers, consorci de turisme, agendes, etc.

Objectius de comunicació: que la ciutadania, turistes de segones residències i visitants de proximitat redescobreixen Les 3 viles.

Disseny de l'acció:

- Reunió de la Mesa de turisme per comentar la proposta, adaptar-la i que cada establiment participi amb la seva proposta.
- Definició de la campanya de promoció: disseny post xarxes, post bloc, nota de premsa, vídeo, flyer, pòsters i bàners.
- Difusió pels canals propis, de proximitat i afins tant públics, com privats.



Gestió i actors involucrats: Ajuntaments "Visit Les 3 viles" i la Mesa de Turisme. Dinamitzador turístic. Consorci de Turisme - Diputació de Barcelona. Proveïdors externs per confecció dels materials de promoció.

Pressupost orientatiu i calendari: dotació pressupostària uns 3.000 €. 2024 primera edició.

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

(D) Als agents públics i privats

20PC - PROGRAMA DE COMUNICACIÓ INTERNA

Descripció:

Per l'èxit del pla, a part de la bona entesa dels 3 municipis, s'ha de dotar de recursos econòmics i humans per a la posada en marxa del projecte. Això ens permetrà poder tenir una comunicació més fluida amb el sector privat i públic (dels ajuntaments i supramunicipal). El programa posa en evidència que s'han de desenvolupar línies de comunicació àgils amb el sector i que s'ha d'aprofitar les eines de promoció i competitivitat que ens facilita la Diputació de Barcelona, el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, el Consell Comarcal i l'Agència Catalana de Turisme.

Públic objectiu de comunicació: agents públics i privats

Objectius de comunicació:

- Facilitar la comunicació amb el sector empresarial i públic
- Incrementar el compromís amb el projecte.
- Agents públics de Les 3 viles
- Sensibilització turística al sector públic intern i ciutadania per posar en evidència el que aporta el turisme a Les 3 viles, i com afecta algunes decisions públiques a l'experiència dels visitants i de la ciutadania.

Disseny de l'acció:

Valorem que el programa sigui un dels punts a tractar en la reunió de la Mesa de Turisme, perquè el sector privat s'impliqui en el programa de comunicació més adequat.

Algunes propostes:

- Reunió plenària anual del sector turística i relacionat de Les 3 viles. Fomentar el coneixement entre els empresaris de les empreses, els recursos i l'oferta

5. Pla de comunicació

5.2 Com comunicarem?

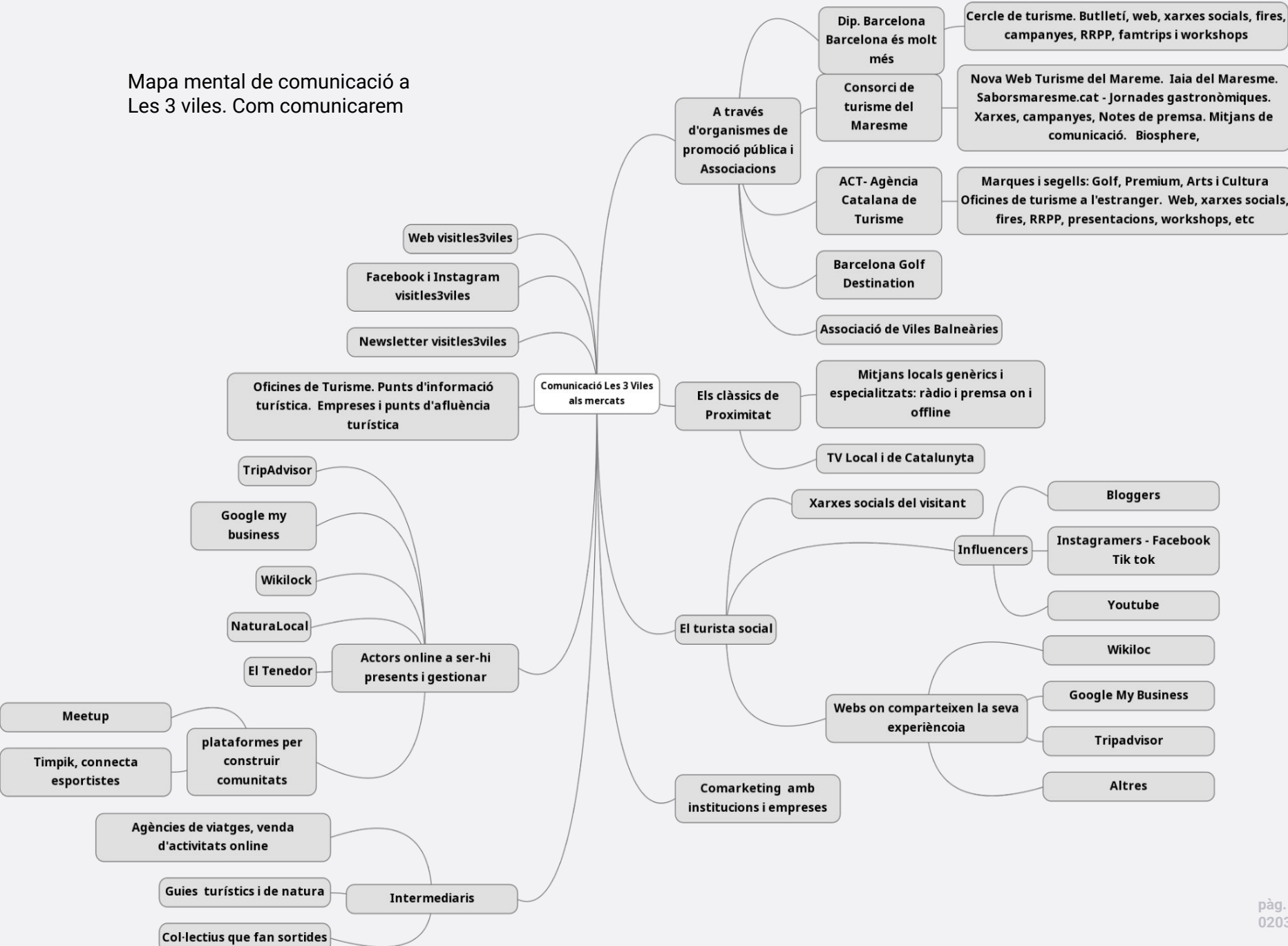
20PC - PROGRAMA DE COMUNICACIÓ INTERNA

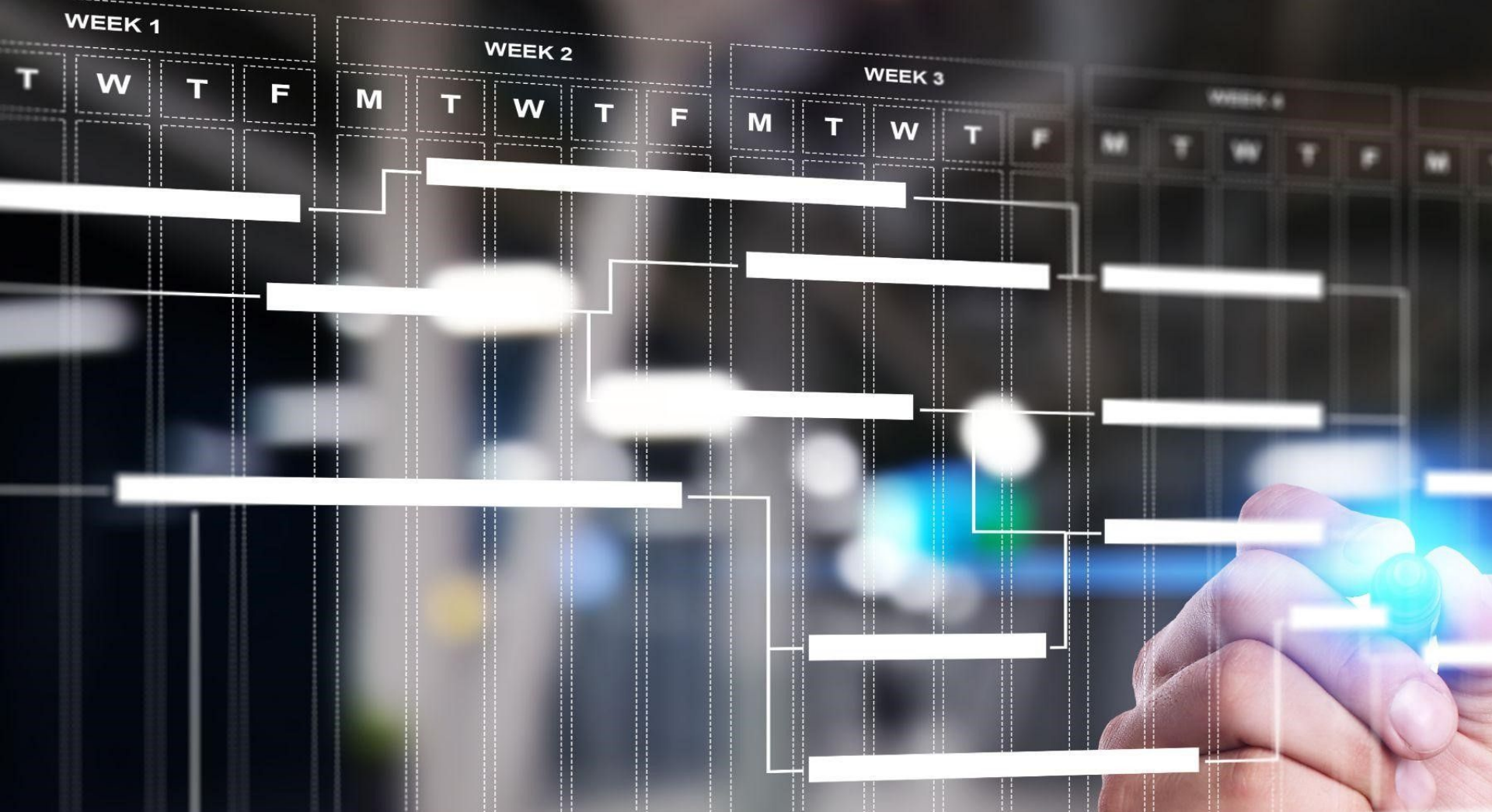
- Apropar els serveis de l'Oficina de Turisme al sector, informant dels serveis i suport informatiu que els hi poden oferir. Establir un sistema de distribució i demanda de material (condicions)
- WhatsApp Mesa de Turisme, el canal de comunicació entre el sector públic i privat, que serà dinamitzat pel Dinamitzador de Les 3 viles. Es creen subgrups de temàtiques especials per si es creu oportú, per exemple per un esdeveniment en concret.
- Confecció del calendari anual d'esdeveniments esportius i culturals que es compartirà amb el sector amb la suficient antelació.
- El sector públic local serà convidat a les reunions de la Mesa de Turisme si hi ha un tema concret a tractar. Per exemple temes de mobilitat i seguretat.

Gestió i actors involucrats: Ajuntaments de Les 3 viles, tècnics municipals, dinamitzador de Les 3 viles, empresaris (prioritat els que formin part de la Mesa de Turisme).

Pressupost orientatiu i calendari: 1.200 € dotació pressupostària per trobada del sector. Prioritari 2022.

Mapa mental de comunicació a Les 3 viles. Com comunicarem





6. Cronograma

6. Cronograma

	3T-22	4T-22	1T-23	2T-23	3T-23	4T-23	1S-24	2S-24
1G - Conveni de col·laboració: Visit Les 3 viles	X	X						
2G - Dinamitzador de Les 3 viles		X						
3G- Mesa de Turisme de Les 3 viles (MT)		X	X					
4G - Reunions de la Mesa de Turisme i Visit Les 3 viles			X					
1P - Fundació Palau. Picasso a Les 3 viles		X						
2P - Museu Arxiu de Llanereres. Can Caralt, el museu de Llanereres.				X				
3P - La Llar del Pessebre								X
4P - L'estiueig Burgès. "Els Bojos anys 20"						X		X
5P - Les 3 viles durant la Guerra Civil. Pobles de refugi i salvaguarda.								
6P - Els nuclis antics de Les 3 viles. Ruta modernista					X			
7P - Passeig al passat de Les 3 viles		X						
8P - Gimcanes digitals de Les 3 viles	X							
9P - Tria l'aventura							X	
10P - Esdeveniments gastronòmics	X	X	X	X	X	X	X	X
11P - La cuina termal de Caldes d'Estrac							X	
12P - Productes autòctons amb Marca		X						

6. Cronograma

	3T-22	4T-22	1T-23	2T-23	3T-23	4T-23	1S-24	2S-24
13P - Senders de Les 3 viles				X			X	
14P- Rutes amb propòsits Rutes selfie de Les 3 viles Ruta megalítica Atrapa al Xurravins Ruta dels parcs infantils Ruta dels parcs històrics de Les 3 viles	X	X		X X		X		
15P - Golf a Les 3 viles - Golf Costa Barcelona-Maresme							X	
16P -Turisme Esportiu. Esports Nàutics. Esdeveniments i estades.			X					
17P -Turisme de salut i benestar. Caldes d'Estrac Vila Termal	X							X
1C - Sistema d'oficines d'informació i PIT de Les 3 viles. Digitalització.	X							
2C -Senyalística integral de rutes amb codi QR. Millora de la senyalització.				X				
3C - Portes d'entrada a la Natura.				X			X	
4C - Ruta en bicicleta - ebike de descoberta de Les 3 viles. Mobilitat sostenible				X			X	
5C -Promoure la sostenibilitat a les empreses i a la destinació.								
6C - Identificació d'actors turístics i relacionats.			X				X	
7C -Millora dels atractius clau de Les 3 viles	X	X	X	X	X	X	X	X

6. Cronograma

	3T-22	4T-22	1T-23	2T-23	3T-23	4T-23	1S-24	2S-24
OPC - Branding Les 3 viles: Llavaneres, Sant Vicenç de Montalt i Caldes d'Estrac		X	X	X				
1PC - Web de Les 3 viles		X	X	X				
2PC - Perfil professional Instagram "Visit Les 3 viles"				X				
3PC - Pàgina de Facebook "Visit 3 viles"				X				
4PC - Material fotogràfic i audiovisual actual de Les 3 viles								
5PC - Presència en mitjans on i off: posts, articles i reportatges. Blogtrip							X	
6PC - Millora de la presència en els portals de destinació						X	X	
7PC - Optimització i manteniment SEO del Web Visitles3viles			X					
8PC - Wikipedia i relacionats			X					
9PC - Millora de la reputació comparativa en portals socials				X				
10PC - Afavorir la reserva de serveis i productes de Les 3 viles					X			
11PC - Suports de comunicació per a planificar i millorar l'experiència							X	X
12PC - Pack de benvinguda a Les 3 viles							X	
13PC - Promoció en les zones de gran aflluència i pas.							X	
14PC - Comunicació directa amb el visitant per millorar l'experiència. Whatsapp professional.				X				

6. Cronograma

	3T-22	4T-22	1T-23	2T-23	3T-23	4T-23	1S-24	2S-24
15PC - Geolocalització dels recursos turístics i rutes a Les 3 viles Google My Maps					X		X	
16PC - Mapa turístic Les 3 viles				X				
17PC - Promoció de rutes per a senderisme i BBT							X	
18PC - Campanya redescobreix Les 3 viles					X			
19PC - 48 H a Les 3 viles								X
20PC - Programa de Comunicació Interna	X							

**Pla de màrqueting
del turisme
sostenible i
digital de
Les 3 viles**