

Pla Estratègic de Desenvolupament Turístic del **Baix Llobregat**

Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local.



Índex

01

Marc general del
pla

02

Missió, visió i
valors

03

Estructura
del pla

04

Desenvolupament

05

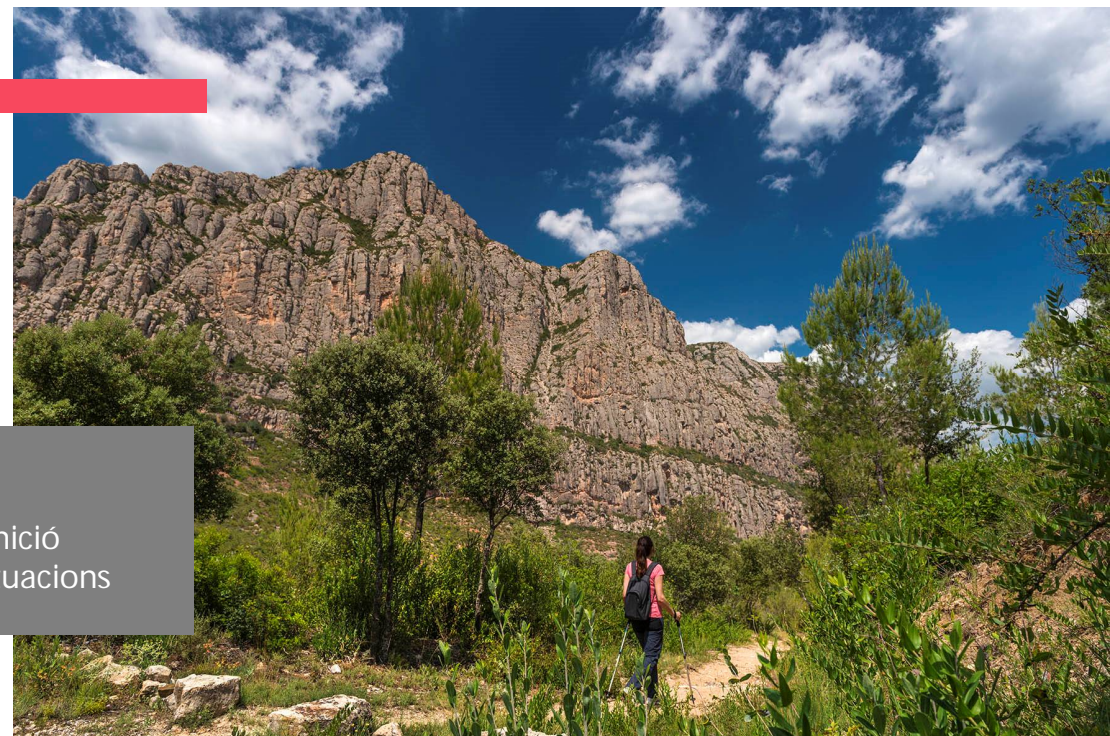
Anàlisi
DAFO/CAME

06

Alineació
estratègica

07

Definició
d'actuacions



1. Marc general del pla

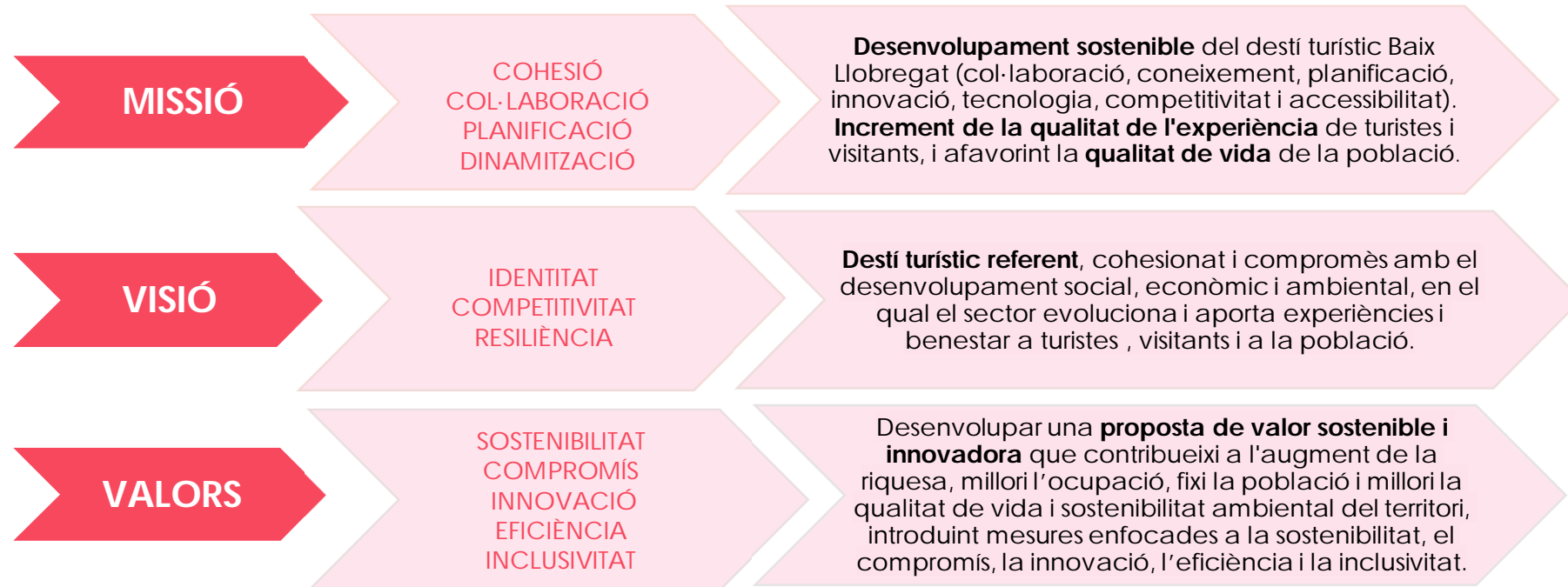
El **PLA ESTRATÈGIC DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC (PET) DEL BAIX LLOBREGAT** ha estat elaborat **sota un enfocament de sostenibilitat, cohesió territorial i innovació.**

Aquest nou pla defineix **el model de desenvolupament turístic sostenible per a la comarca pels pròxims anys (horitzó 2033), amb un pla d'accions (2024-2027) amb actuacions transformadores i dinamitzadores de l'activitat turística.** centrat en l'impuls de l'economia comarcal i basat en la col·laboració, el coneixement, la planificació, la innovació, la tecnologia, la competitivitat i l'accessibilitat, incrementant la qualitat de l'experiència de turistes i visitants, i afavorint la qualitat de vida de la població.

El pla genera sinergies amb tots els agents públics i privats de la comarca, així com amb altres entitats per a la **generació d'activitat econòmica i d'ocupació** i afavorir la millora del mercat de treball turístic, amb la finalitat de motivar una ocupació de qualitat en el sector.



2. Missió, visió i valors



3. Estructura del pla

3.1. Línies transversals i objectius generals



3.2. Eixos estratègics



3.1. Línies transversals i objectius generals

COHESIÓ TERRITORIAL

- Millorar i adaptar de manera contínua la gestió del destí.
- Conèixer i donar resposta a totes les necessitats dels municipis del Baix Llobregat.
- Plasmar en valors la diversitat pròpia del territori.

DESENVOLUPAMENT LOCAL

- Incentivar l'economia i l'emprenedoria local.
- Promoure la col·laboració pública i privada.
- Consolidar el turisme com a sector generador de llocs de treball i d'ocupació.
- Posar en valor els recursos turístics del territori.

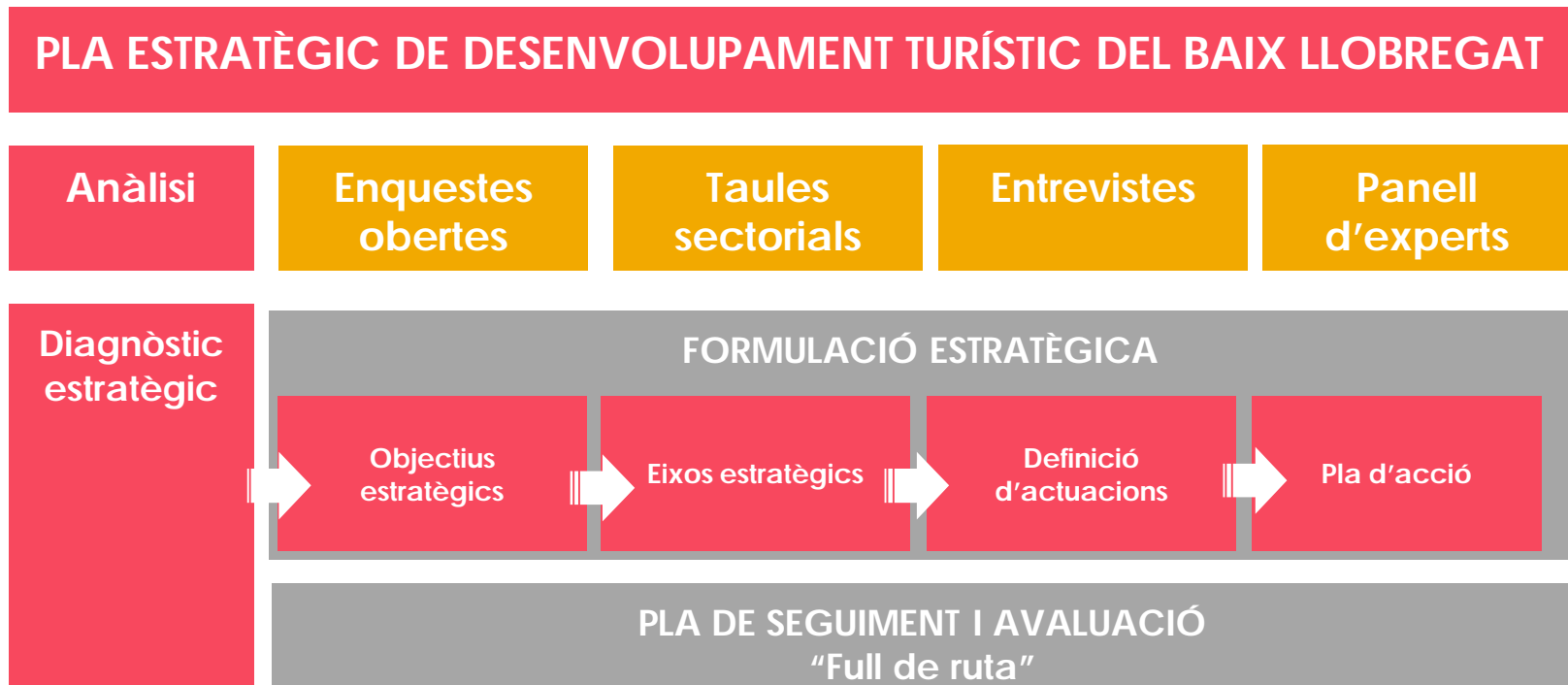
COMPETITIVITAT

- Enriquir i desenvolupar una oferta turística completa i de qualitat dins del destí.
- Consolidar el posicionament del destí dins dels mercats potencials i emergents.
- Desenvolupar instruments i eines atractives i innovadores que permetin donar a conèixer els productes turístics de la comarca.

3.2. Eixos estratègics

EIX 1. INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA I GOVERNANÇA COL·LABORATIVA	Planificació, transversalitat, implementació, objectius, cohesió, participació, aliances, col·laboració pública i privada, eficàcia, coneixement
EIX 2. SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT	Compromís social, cultural, econòmic i mediambiental, sensibilització, qualitat de vida, igualtat, desenvolupament equilibrat
EIX 3. COMPETITIVITAT	Professionalització, formació, retenció de talent millora contínua, reconeixement, diferenciació, empenedoria, inversió
EIX 4. PRODUCTES I EXPERIÈNCIES TURÍSTIQUES INNOVADORES	Recursos, productes, adaptació, innovació, sinergies, cadena de valor, segments prioritaris i potencials
EIX 5. TECNOLOGIA	Innovació, transformació digital, funcionalitat, valor afegit
EIX 6. MÀRQUETING DE LA DESTINACIÓ	Posicionament, projecció, imatge, marca, mercats, competitivitat

4. Desenvolupament



4. Desenvolupament

Intens procés participatiu

Entrevistes

Taules de treball

Qüestionari
experts

Enquestes obertes

- ✓ 31 entrevistes a persones de diferents entitats públiques i privades, amb àmplia representació dels municipis de la comarca i empreses relacionades amb el sector turístic.
- ✓ 5 taules de treball sectorials: Turisme familiar, Sector públic, MICE, Natura i esports i Hostaleria i restauració.
- ✓ 10 enquestes realitzades a persones expertes en diferents sectors.
- ✓ 95 enquestes obertes a la ciutadania i l'empresariat.

4. Desenvolupament

Concepció transversal del destí



Implementació de les principals inquietuds i oportunitats resultants del procés participatiu

Consens amb els diferents agents, Ajuntaments i ens que conformen el destí



Identificació de necessitats i prioritats
Definició d'objectius
Formulació d'eixos estratègics
Identificació d'actuacions

5. Anàlisi DAFO/CAME

DEBILITATS	COM CORREGIR-LES
D1 Insuficients eines i processos de governança que incentivin i consolidin la col·laboració i el compromís entre els actors públics i privats de la destinació.	C1 Definir el model de gestió de la destinació i els instruments essencials de col·laboració pública i privada (taules de treball, clúster per producte, etc.).
D2 Oferta d'allotjaments escassa, localitzada en determinades zones de la comarca i poc variada, centrada en els establiments hotelers (l'oferta d'allotjament de la comarca suposa només el 6,85% del total de la província; el 95% dels establiments de la comarca són hotels).	C2 Incentivar l'emprenedoria i la inversió privada: creació de nous projectes hotelers i altres formes d'allotjament (hostel, zones d'aparcament d'autocaravanes/campers, càmpings, etc.).
D3 Disminució de pernoctacions i visites turístiques (primer i últim trimestre de l'any).	C3 Consolidar esdeveniments promocionals i experiències específiques al llarg de tot l'any.
D4 Escassa digitalització del teixit productiu relacionat amb l'activitat turística.	C4 Desenvolupar programes de capacitatció en competències digitals i excel·lència.
D5 Existència de recursos d'interès que no han esdevingut productes i experiències.	C5 Desenvolupar estratègies de creació i promoció de producte i experiències especialitzades.
D6 Necessitat d'un teixit productiu més especialitzat en activitats turístiques complementàries i de valor afegit (turisme actiu, turisme de natura, etc.)	C6 Planificar actuacions específiques per incentivar l'emprenedoria local i la inversió privada (pla de captació d'inversors).
D7 Necessitat de modernització de l'espai turístic i infraestructures (consolidació de la comarca com a destinació turística sostenible, intel·ligent i inclusiva).	C7 Dissenyar programes específics de millora i adequació d'espais i infraestructures turístiques (Pla de senyalística, Pla d'Accessibilitat Turística, Programa d'adequació d'espais turístics, etc.).
D8 Baixa conscienciació del Baix Llobregat com a destinació turística en conjunt (desagregació per zones, Zona del Delta, Zona Nord, etc.).	C8 Fomentar un model de planificació participativa i desenvolupar eines de promoció per ressaltar la marca i valors de la destinació (cohesió territorial, excel·lència i sostenibilitat).
D9 Alt percentatge de persones aturades al sector serveis (73,6%), que afecta especialment les persones de 25 a 44 anys.	C9 Professionalitzar el sector, programes d'ocupabilitat i acords amb Ajuntaments i escoles d'hostaleria.
D10 Desgast patrimoni cultural i natural per manca d'inversió en manteniment i conservació.	C10 Desenvolupar actuacions específiques enfocades cap a nous conceptes i estratègies de finançament europeu (sostenibilitat turística, Zones Urbanes Funcionals –FEDER–, etc.).
D11 Deficiències a nivell de comunicació i transport intercomarcal.	C11 Impulsar mobilitat sostenible i eines tecnològiques que millorin l'eficàcia dels serveis ja existents al territori.

5. Anàlisi DAFO/CAME

AMENACES	COM AFRONTAR-LES
A1 Alta dependència de turisme de internacional davant del nacional i de proximitat (57,7% i 42,2% del total, respectivament).	<p>A1a Intensificar les accions destinades al mercat nacional i de proximitat.</p> <p>A1b Mantenir i prioritzar les mesures de promoció i comunicació destinades al mercat internacional: mercats estratègics (França, Alemanya i Regne Unit), mercats emergents (EUA i Canadà, Itàlia, Rússia, etc.)</p> <p>A1c Aplicació de noves tecnologies en l'anàlisi de tendències (mercats potencials).</p>
A2 Proximitat a la ciutat de Barcelona (referència a nivell internacional) que, en la majoria dels casos, eclipsa el Baix Llobregat (destinació de pas i/o complementària).	A2 Desenvolupar productes i experiències competitives que potenciïn l'essència i el valor dels recursos diferenciadors de la comarca a un salt de Barcelona.
A3 Auge de les demandes turístiques que busquen digitalització i tecnologia.	A3 Millorar l'actual nivell d'adaptació de la destinació al concepte DTI (Pla director de destinació turística intel·ligent). Digitalització de l'oferta turística i desenvolupament d'apps específiques (mapes, itineraris, directori d'allotjaments, lleure, compres, etc.)
A4 Tendència a l'auge d'allotjaments turístics no reglats.	A4 Avaluació i adaptació del marc normatiu establert, segons les necessitats del Baix Llobregat i sota paràmetres de sostenibilitat turística.

5. Anàlisi DAFO/CAME

FORTALESES	COM MANTENIR-LES
F1 Proximitat de la destinació a Barcelona i a l'aeroport del Prat.	C1 Desenvolupar una estratègia de promoció específica dins del mateix aeroport mitjançant acords de promoció.
F2 Presència d'elements diferencials que configuren el Baix Llobregat com una destinació única: figura de Gaudí, Parc Agrari, Delta, Montserrat, platges, etc.	C2 Impuls de productes i experiències turístiques que connectin amb les noves tendències de la demanda i amb les accions de promoció i comunicació dutes a terme dins de la destinació.
F3 Excel·lència dels seus recursos i cerca constant de la qualitat dels serveis turístics.	C3 Seguir apostant per la qualitat certificada de la destinació (Q, Bandera Blava, Biosphere, etc.) i l'accés a noves figures de reconeixement com ara DTI, etc.
F4 Compromís de la destinació en matèria de Sostenibilitat Turística: BIOSPHERE (certificat a empreses, entitats i al mateix Consorci).	C4 Intensificar el desenvolupament de programes de difusió i captació d'empreses potencials per accedir al certificat.
F5 Existència de recursos i infraestructures turístiques de gran rellevància i interès: Colònia Güell i Cripta de Gaudí, multiplicitat de recursos catalogats i espais naturals protegits, etc.	C5/6 Desenvolupament de clúster de productes específics, amb la finalitat de consolidar i connectar l'oferta existent amb el teixit productiu local per al desenvolupament d'experiències i productes turístics innovadors i viables.
F6 Grans potencialitats per a activitats relacionades amb el turisme de natura i esportiu (Xarxa de Parcs Naturals, Xarxa d'Infraestructures Esportives, etc.)	
F7 Trajectòria turística de la destinació en matèria de desenvolupament urbà sostenible i canalització de fons europeus.	C7 Reforçar la sostenibilitat: desenvolupament d'accions d'adequació de l'espai turístic i la cerca de l'equilibri ciutadania-activitats turístiques.
F8 Gran valor històric i cultural del territori.	C8 Desenvolupar actuacions que permetin catalogar i preservar els valors que abanderan l'essència del territori (inventari, digitalització de recursos, etc.)
F9 Productes típics locals derivats del sector primari.	C9 Potenciar la marca Sabors de l'Horta, productes del Parc Agrari, del Parc rural de Montserrat, cellers del territori, IGP Pota blava Raça Prat, entre d'altres.
F10 Posicionament del Baix Llobregat com a destinació MICE, gràcies a la seva localització estratègica, oferta hotelera, així com venues, exclusius i únics, palaus de congressos i auditoris i diversos serveis complementaris.	C10 Impuls i millora continua del Programa Baix Llobregat Convention Bureau: incorporació de tecnologia, la innovació, l'impuls a la sostenibilitat (certificat d'esdeveniments sostenibles, ús d'energia renovable i mobilitat sostenible, etc.) i les estratègies de màrqueting i promoció.

5. Anàlisi DAFO/CAME

OPORTUNITATS	COM EXPLOTAR-LES
O1 Sinergies amb Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona (promocionar la diversitat que ofereix la província en matèria de turisme).	C1 Aprofitar els impulsos generats a la província per incentivar i donar a conèixer les potencialitats de la comarca com a destinació turística.
O2 Tendència a la Transició Verda i Sostenible i major conscienciació en aquesta matèria dins de les destinacions turístiques.	C2 Accés als fons del pla Next Generation de la UE en matèria de Sostenibilitat Turística i alineació de les actuacions presents i futures amb l'Estratègia de Turisme Sostenible 2030 i altres convocatòries.
O3 Increment generalitzat de l'ús de les noves tecnologies aplicades al turisme i canal <i>on-line</i> per part de la demanda.	C3 Aposta per la intel·ligència turística i transició digital de la destinació (Incorporació del Baix Llobregat a la Xarxa DTI el 29/09/2022). Intensificació dels portals d'informació turística, així com de les xarxes socials de la destinació.
O4 Tendència a la fragmentació del període de vacances als mercats: podria afavorir un augment de nova demanda.	C4 Desenvolupament de clubs i/o clústers de producte turístic de col·laboració pública i privada: desenvolupar productes competitius i consolidar una oferta al llarg de tot l'any.
O5 Canvi de tendències de turistes amb noves formes i motivacions per viatjar: requerirà millora d'especialització del sector per respondre a la seva conscienciació amb la sostenibilitat i la recerca de l'excel·lència.	C5 Seguir incentivant i implantant reconeixements i distintius de qualitat turística basats en la millora contínua i la satisfacció turística.
O6 Nínxols de mercat en creixement: turisme accessible, turisme de natura i esportiu, turisme sènior/silver, turisme de mascotes, etc.. i/o associats a models de treball més flexibles (nòmades digitals, <i>workation</i> , <i>bleisure</i> , etc.).	C6 Revaloració de l'espai turístic i les infraestructures de la destinació mitjançant la seva adequació física i funcional i la incorporació de la tecnologia (xarxa de sensors, senyalística turística intel·ligent, xarxa wifi en espais públics, etc.), i creació de nou producte turístic.

6. Alineació estratègica

Estratègia Europea 2030 "Agenda 2030"
- Compliment dels ODS -

Estratègia de Turisme Sostenible d'Espanya 2030
Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destí
Programa de Plans de Sostenibilitat Turística en Destí

Iniciativa de DTI SEGITTUR

Pla Estratègic de Turisme de Catalunya (2018-2022)

Plans Territorials de Sostenibilitat Turística de Catalunya 2022 i 2023

Pla d'actuació comarcal 2020-2023

Programa d'actuació del Consorci de Turisme del Baix Llobregat

Compromís Nacional per un Turisme Responsable

Estratègia de Màrqueting de la Destinació Barcelona



Pla Estratègic de **TURISME 2018-2022**



Compromís Nacional per un Turisme Responsable



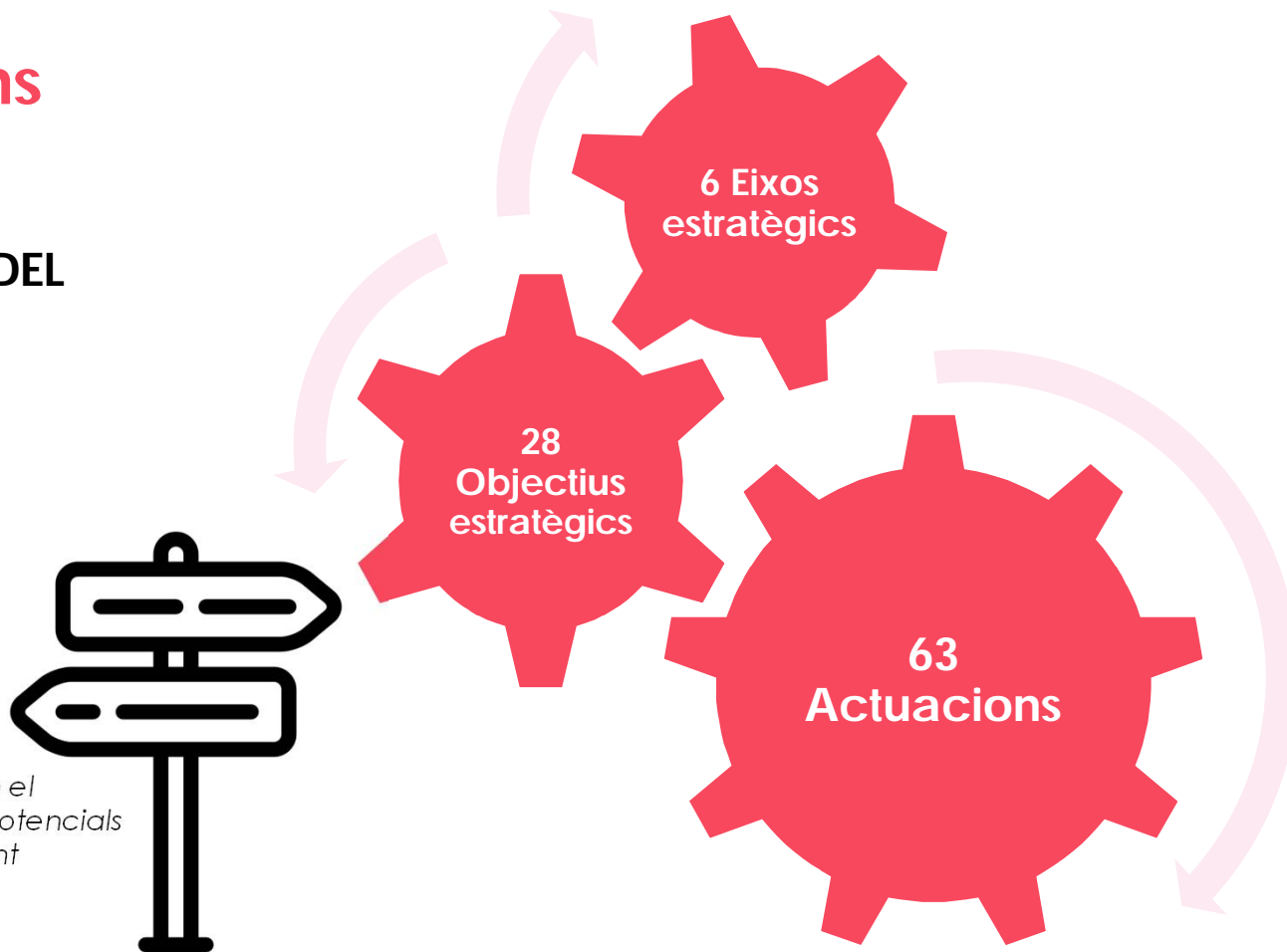
7. Definició d'actuacions

**PLA ESTRATÈGIC DE
DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC DEL
BAIX LLOBREGAT 2023-2033**

PLA D'ACTUACIÓ

Programa operatiu 2024-2027

El Pla recull tant les actuacions essencials que ja formen part del full de ruta del destí i previstes en el seu pressupost, com aquelles altres actuacions potencials per al destí però que requereixen de finançament específic per a la seva posada en marxa.



EIX 1 INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA I GOVERNANÇA COL·LABORATIVA

CONSCIENCIACIÓ

- **O1.** Impulsar la intel·ligència turística i la presa de decisions basades en dades.
- **O2.** Impulsar models de desenvolupament turístic més responsables amb la societat, l'economia local i el medi ambient.
- **O3.** Conèixer i difondre els esforços del Baix Llobregat en matèria de sostenibilitat com a part de la seva essència i valor com a destinació.

COMPROMÍS

- **O4.** Reforçar la gestió de la destinació de manera transversal, enfortint el desenvolupament de mecanismes i eines de col·laboració pública i privada que impulsin el desenvolupament de sinergies territorials.
- **O5.** Apostar pel desenvolupament d'una planificació estratègica participativa on tinguin cabuda tots els agents socials i econòmics de la destinació.
- **O6.** Establir aliances amb altres institucions i organismes.



ACTUACIONS EIX 1

GESTIÓ DE LA DESTINACIÓ

E1A1 Comissió tècnica interdepartamental

E1A2 Model de gestió de la destinació i Reglament intern

E1A3 Programa econòmic i financer del Pla

E1A4 Xarxa de Destinacions Turístiques Intel·ligents: Pla Director DTI

E1A5 Taules de productes/clústers turístics de la destinació

E1A6 Programa de Punts d'Informació Turística (PIT)

INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA

E1A7 Estratègia d'impuls a l'Observatori de Turisme del Baix Llobregat

E1A8 Digitalització i automatització dels processos de control, gestió i reporting de visitant

E1A9 Plataforma de fidelització de la destinació: Sistema CRM

EIX 2 SOSTENIBILITAT I ACCESSIBILITAT

TRANSFORMACIÓ SOCIAL

- **O7.** Sensibilització a ciutadans i turistes/visitants
- **O8.** Facilitar l'accés i el gaudi de l'oferta turística a tothom

TRANSFORMACIÓ ECONÒMICA

- **O9.** Estimular el canvi cap a un model turístic més sostenible i equilibrat, propiciant un ecosistema en què tinguin cabuda nous models de producció i consum i que, a més, incorporin valor afegit als productes i recursos existents.

TRANSFORMACIÓ ECOLOÒGICA

- **O10.** Consolidar la connectivitat de l'espai turístic i els diferents serveis i recursos que componen la seva oferta de forma sostenible i accessible.
- **O11.** Millorar de manera continuada adequant espais i infraestructures per adaptar-los als riscos derivats del canvi climàtic, així com a les necessitats d'acolliment dels visitants.
- **O12.** Contribuir a minimitzar l'impacte de l'activitat turística, reducció de la petjada.



ACTUACIONS EIX 2
TRANSFORMACIÓ SOCIAL, ECONÒMICA I ECOLOÒGICA
E2A1 Manteniment i renovació Compromís per a la sostenibilitat turística BIOSPHERE
E2A2 Gestió de la implementació del compromís Biosphere al destí i captació d'empreses
E2A3 Programa de conscienciació i sensibilització
E2A4 Acords amb l'Oficina Comarcal de Transició Energètica per a la sensibilització del sector
E2A5 Programes de turisme regeneratiu
E2A6 Xarxa d'amfitrions locals
E2A7 Programa de bones pràctiques d'economia circular de suport a les empreses del sector
E2A8 Catàleg de bones pràctiques per a l'organització d'esdeveniments sostenibles
E2A9 Programa de descarbonització del sector MICE
E2A10 Programa de sensibilització i foment de la mobilitat sostenible
E2A11 Sensibilització en matèria d'acreditació i reconeixements de qualitat i sostenibilitat turística
E2A12 Programa de sensibilització en matèria d'accessibilitat turística
E2A13 Programa d'activitats "Turisme per a tothom" de la comarca
E2A14 Disseny de rutes accessibles: Ruta pilot
E2A15 Pla d'accessibilitat turística
E2A16 Xarxa d'aparcaments per autocaravanes
E2A17 Impuls a la connectivitat amb l'aeroport i l'oferta turística

EIX 3 COMPETITIVITAT

- **O13.** Afavorir el talent i la professionalització del teixit productiu local
- **O14.** Impulsar l'emprenedoria i l'atracció d'inversors
- **O15.** Millorar la professionalització dels recursos turístics, per a la conversió a producte turístic.



ACTUACIONS EIX 3

E3A1 Formació i <i>networking</i>
E3A2 Suport a l'ocupació: estudi de necessitats formatives i jornades de sensibilització i ocupabilitat turística
E3A3 Suport en la coordinació i captació d'inversions turístiques
E3A4 Programa d'actuacions innovadores
E3A5 Jornades empresarials d'innovació turística
E3A6 Congrés de <i>Business & Events</i> - MICE
E3A7 Accions d'impuls a l'emprenedoria en turisme
E3A8 Pla de foment de la competitivitat. Premis i reconeixements al sector

EIX 4 PRODUCTES I EXPERIÈNCIES TURÍSTIQUES INNOVADORES

- **O16.** Incentivar/Impulsar/Promoure la creació de productes i experiències territorials en col·laboració amb el sector.
- **O17.** Dissenyar productes i experiències que aprofitin tot el potencial turístic de la comarca, dotant de valor els productes ja consolidats i impulsant l'atracció de segments turístics principals i potencials.
- **O18.** Posar en valor l'oferta cultural, patrimonial i natural de la comarca, així com els seus serveis turístics, d'acord amb les possibilitats de creixement pròpies de la destinació i sobretot sense posar en risc la seva capacitat de càrrega.
- **O19.** Adaptació de l'oferta turística a l'estratègia sostenible, ambiental i social de la comarca.



ACTUACIONS EIX 4

E4A1 MICE: Estratègia Sostenible i dinamització
E4A2 ESPORTIU: captació d'esdeveniments esportius
E4A3 NATURA: impuls a la xarxa de senders i al desenvolupament de rutes i productes
E4A4 PLATGES DEL DELTA: Producte turístic sostenible
E4A5 FAMILIAR: Productes i experiències competitives
E4A6 GASTRONÒMIC: experiències basades en els productes del territori i l'expertesa dels xefs
E4A7 CULTURAL: creació de noves rutes
E4A8 ESCOLAR: plataforma interactiva i dinamització oferta
E4A9 NÀUTIC-BLAU: disseny i promoció de producte turístic blau (llegat Copa Amèrica)
E4A10 SÈNIOR: Grans experiències per a grans persones
E4A11 Creació Baix Llobregat <i>Film Commission</i>
E4A12 Estratègia "Espais pet friendly"

EIX 5 TECNOLOGIA

SERVEIS D'INFORMACIÓ I ACCÉS ALS RECURSOS

- **O20.** Impulsar la implantació d'eines d'anàlisi i gestió de la informació sobre la destinació (BIGDATA).
- **O21.** Millorar l'experiència del visitant i la gestió del patrimoni.
- **O22.** Promoure la modernització tecnològica dels recursos turístics per esdevenir producte turístic.
- **O23.** Aprofitar els avantatges que ofereix la digitalització per a la posada en valor i millora de la interpretació del patrimoni, els recursos i serveis turístics de la destinació.



INFRAESTRUCTURES I ESPAIS FUNCIONALS I INNOVADORS

- **O24.** Augmentar l'eficiència de la destinació i la capacitat d'adaptació mitjançant l'impuls de les noves tecnologies i els recursos digitals, per tal de donar lloc a infraestructures i espais funcionals i innovadors.

ACTUACIONS EIX 5	
SERVEIS D'INFORMACIÓ I ACCÉS ALS RECURSOS	
E5A1	Digitalització i tecnificació de la xarxa OT i punts d'informació PIT
E5A2	Digitalització i geolocalització de recursos turístics
E5A3	Implantació d'experiències immersives dins de la destinació: PATRIMONI I MODERNISME
E5A4	App per al desenvolupament de rutes gamificades: FAMILIAR I EDUCATIU
E5A5	Servei d'accessibilitat i usabilitat de portals web
E5A6	TURISME EDUCATIU: plataforma en realitat augmentada i guia digital i interactiva
INFRAESTRUCTURES I ESPAIS FUNCIONALS I INNOVADORS	
E5A7	Xarxa d'aparcaments dissuasius intel·ligents
E5A8	Senyalística turística intel·ligent

EIX 6 MÀRQUETING DE LA DESTINACIÓ

- **O25.** Impulsar la visibilitat del Baix Llobregat com a destinació turística sostenible i competitiva
- **O26.** Promoure l'oferta turística de la destinació de forma innovadora
- **O27.** Desenvolupar accions de màrqueting i promoció segmentades i orientades al client
- **O28.** Mantenir el posicionament del Baix Llobregat al mercat de proximitat i incrementar el posicionament al mercat nacional i internacional



ACTUACIONS EIX 6

E6A1 Edició de material promocional

E6A2 Guia de l'oci del Baix Llobregat

E6A3 Programa de Fidelització de la destinació

E6A4 Accions per a la comercialització dels atractius turístics i productes

E6A5 Pla de màrqueting digital i *social media*

E6A5.1 Millora continua de portals turístics (gestió de continguts, manteniment i actualització)

E6A5.2 Pla d'Analítica web i estratègia SEO i SEM

E6A5.3 Estratègia de Branded content: realització de vídeos, spots, podcast, etc.

E6A5.4 Campanyes d'influencers

E6A5.5 Organització de famtrips i presstrips

E6A5.6 Dinamització de xarxes socials

E6A6 Campanyes de publicitat i posicionament de la marca

E6A.6.1 Campanya A un salt de Barcelona

E6A.6.2 Campanyes específiques per segments i mercats estratègics i emergents

E6A7 Pla d'assistència a fires i esdeveniments

E6A8 Accions de street marketing

E6A9 Coordinació i col·laboració amb organismes d'entitat superior

E6A9.1 Diputació de Barcelona i Turisme de Barcelona: accions en l'àmbit de la marca turística Costa Barcelona

E6A9.2 Agència Catalana de Turisme: accions de promoció i adhesió al Club de producte Familiar, esportiu, i al Catalunya Convention Bureau

El Baix Llobregat A UN SALT DE BARCELONA

Moltes gràcies
per la seva atenció

Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local.



Consell Comarcal
del Baix Llobregat



BAIX
LLOBREGAT
CONSELL DEL TURISME

Generalitat
de Catalunya

SOC

Servei d'Ocupació de Catalunya



BCN+

Costa
Barcelona



Diputació
Barcelona