

PLA ESTRATÈGIC DE TURISME D'ARGENTONA 2025 - 2029



Índex de continguts

1. INTRODUCCIÓ	2
Metodologia	2
Objectius	3
2. ANÀLISI DE LA DOCUMENTACIÓ	4
Documents ajuntament Argentona	5
Altres documents per a la planificació turística d'Argentona	10
Documents de la Diputació de Barcelona	14
Documents Generalitat de Catalunya	19
3. ARGENTONA COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA	22
Demografia i territori	23
Economia i mercat de treball	26
Ocupació del sòl	28
Oferta turística	32
Organització interna	35
Recursos turístics	35
Demanda turística	51
4. VALORACIÓ DE L'IMPACTE DEL TURISME PER PART DELS AGENTS TURÍSTICS	53
Resultat de les entrevistes	53
Resultat del taller participatiu Visió de Futur -Dinàmica de DAFO	57
5. ANÀLISI DAFO D'ARGENTONA	60
6. TENDÈNCIES VACACIONALS QUE S'ESTAN IMPOSANT	63
Sostenibilitat	64
Ecomobilitat	66
Singularitat	68
Segmentació	69
Acollida	70
Digitalització	71
7. VISITOR'S PERSONA I SEGMENTS DE MERCAT	76
Visitor's persona	76
Productes turístics	91
8. LÍNIES ESTRATÈGIQUES I PLA D'ACCIÓ	94
9. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES	166

1. INTRODUCCIÓ

L'Ajuntament d'Argentona fa molts anys que treballa en el desenvolupament econòmic local a través de la regidoria de Promoció Econòmica i actualment des de la regidoria de Cultura. Des del 1999 que va néixer la regidoria de promoció econòmica s'han anat executant plans estratègics de l'àrea i s'han realitzat també algunes accions de turisme. Per tal de dotar d'un marc comú l'estratègia turística del municipi i, tenint prevista l'obertura de la casa d'estiueig de Puig i Cadafalch, l'Ajuntament veu la necessitat d'establir un Pla Estratègic de Turisme. Aquest marcarà unes línies concretes de treball, de les que se'n projecten específics, amb la concreció d'indicadors de valoració per cada projecte a desenvolupar en els propers 4 anys.

En aquest sentit, malgrat que Argentona és un municipi on el turisme ha tingut un pes poc rellevant en la seva economia, disposa de recursos potents que fan possible l'estructuració d'una oferta turística atractiva. Per altra banda, cal tenir en compte que Argentona es situa en una comarca, el Maresme, amb una economia i oferta turística potent, estructurada a l'entorn del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme. Això dota a la vila d'un marc d'actuació com a punt de partida del Pla. Aquest Pla tindrà en compte les tendències actuals en temes de digitalització, sostenibilitat, responsabilitat i economia circular, que s'estan implantant en el sector turístic a nivell global, per adaptar-les a les necessitats i la casuística del municipi.

Metodologia

La metodologia utilitzada en aquesta proposta es basa en una part d'anàlisi documental de la situació actual del turisme en el municipi, així com dels projectes que s'han i s'estan desenvolupant, i en una altra part de treball de camp amb la visita als recursos turístics i la realització d'entrevistes i tallers participatius.

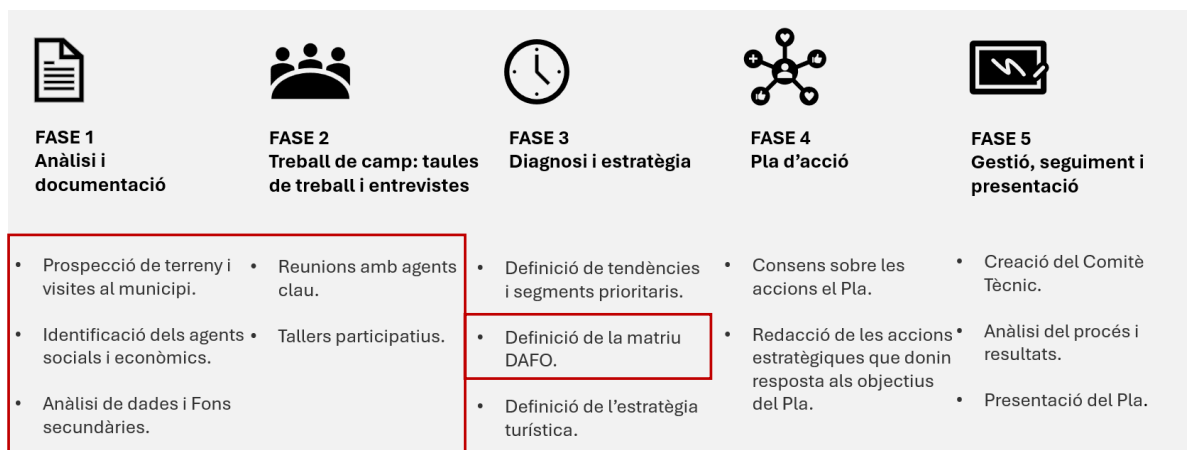
Els instruments metodològics que s'utilitzaran en cada un dels apartats, tenen com a objectiu vetllar pel bon desenvolupament de l'assistència tècnica i l'assoliment dels objectius establerts. S'ha constituït un Comitè Tècnic de Seguiment del Pla, format per l'Ajuntament d'Argentona i per DECABA Turisme.

Pel què fa a la metodologia, la proposta del Pla Estratègic de Turisme s'estructurarà en fases:

1. Anàlisi, documentació i prospecció de terreny.

2. Treball de camp: tallers de participació i entrevistes.
3. Diagnosi i estratègia.
4. Pla d'acció.
5. Gestió, seguiment i presentació.

En aquesta primera entrega s'ha executat la fase 1, la fase 2 i una part de la fase 3.



Objectius

OBJECTIU GENERAL

L'objectiu general és definir una línia estratègica consensuada en matèria de turisme, que compti amb l'acord entre govern i oposició, la implicació dels principals agents del municipi i la coordinació tècnica amb els diferents departaments de l'ajuntament, amb l'objectiu de promoure un desenvolupament sostenible del sector turístic.

OBJECTIUS ESPECÍFICS

- Desenvolupar una diagnosi dels recursos turístics i establir un marc estratègic.
- Implicar els agents turístics, tant públics com privats, en un procés de treball en xarxa.
- Estructurar i enfortir la governança de l'activitat turística, amb una Comitè Tècnic.
- Treballar per implementar els criteris de sostenibilitat, en les accions del pla.
- Alinear les estratègies de màrqueting i comunicatives amb la narrativa territorial i el projecte intermunicipal.
- Donar suport a la creació de productes sostenibles que reforcin el posicionament d'Argentona a l'entorn del patrimoni i la natura i que estiguin alineats amb l'estratègia turística de la comarca.

- Promoure i atraure projectes estratègics al municipi.

2. ANÀLISI DE LA DOCUMENTACIÓ

Aquesta primera part del document consisteix en una recopilació i anàlisi de la informació que està vinculada amb el turisme a Argentona i que permet acostar-nos a la realitat turística del municipi i conèixer les accions passades, actuals i futures del consistori en aquest àmbit, així com les seves prioritats. La documentació analitzada s'ha dividit en els següents apartats:

Documentació facilitada per l'Ajuntament d'àmbit local i supramunicipal:

- Pla d'Actuació Municipal d'Argentona juny 2024
- Pla Estratègic de Comerç 2024-2032
- Pla Estratègic de Desenvolupament del Turisme del Maresme

Webs d'interès per a la planificació turística d'Argentona:

- Web Ajuntament d'Argentona
- Parc de la Serralada Litoral
- Web turisme del Maresme

Documents de la Diputació de Barcelona:

- Activitats turística de la destinació de Barcelona. Dades 2022
- Estudi de reputació turística online de la regió de Barcelona. Dades 2023
- Balanç activitat turística estiu 2023 a l'entorn de Barcelona

Documents de la Generalitat de Catalunya:

- Nova estratègia comunicativa 2023 – 2024
- Pla estratègic de Turisme de Catalunya 2018 – 2022
- Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya 2018 – 2022

DOCUMENTS AJUNTAMENT D'ARGENTONA I ÀMBIT DEL MARESME

Pla d'Actuació Municipal juny 2024

Pla Estratègic de comerç 2024-2032

Pla Estratègic de Desenvolupament del Turisme del Maresme

ALTRES DOCUMENTS PER A LA PLANIFICACIÓ TURÍSTICA D'ARGENTONA

Web Ajuntament d'Argentona

Parc de la Serralada Litoral

DOCUMENTS DIPUTACIÓ DE BARCELONA

Activitat turística de la Destinació Barcelona. Dades 2022

Estudi Reputació turística online Barcelona regió de Barcelona. Dades 2023

Informe Balanç turisme estiu entorn Barcelona. Dades 2023

DOCUMENTS GENERALITAT DE CATALUNYA

Nova estratègia comunicativa 2023 - 2024

Pla estratègic de Turisme de Catalunya (2018-2022)

Pla màrqueting turístic (2018-2022)

Documents ajuntament Argentona

Documentació i informació generada des de l'ajuntament en els últims anys i que té especial interès pel desenvolupament turístic del municipi.

PLA D'ACTUACIÓ MUNICIPAL JUNY 2024

Any: juny 2024

Autor: Ajuntament d'Argentona

El Pla d'Actuació Municipal és el full de ruta del Govern d'Argentona. Aquest full de ruta es basa en 4 eixos:

- Al servei de les persones
- Territori i urbanisme
- Municipi verd i sostenible
- Compromís amb el país i la cultura

Al contingut d'aquests quatre eixos es detecten accions que poden tenir repercussió en el futur del turisme al municipi, però és a la cambra, "Compromís amb el país i la cultura", on trobem referències més específiques al turisme.

- Al servei de les persones:

Fonamentalment a l'apartat Empresa es detallen cinc accions que podrien repercutir en benefici de les empreses relacionades amb el turisme:

- Elaborar el Pla Estratègic dels Polígons d'Activitat Econòmica
- Lideratge del projecte 4Ribes-Servei de Promoció Econòmica
- Cercar subvencions per poder donar suport a les empreses

Coordinar el Pla de Formació a Empreses. Punt TIC

-Potenciar el Punt d'Atenció a l'Emprenedor perquè sigui més ampli i eficaç

- Territori i urbanisme:

Tal com es manifesta a l'encapçalament d'aquest eix, "planificar la millora de carrers i treballar per un espai públic que ens enorgulleixi" podrà donar un impuls a l'objectiu que ens ocupa.

Cal destacar, per exemple a l'apartat Centre urbà, acabar la remodelació de Can Puig i Cadafalch, o en equipaments la recuperació com a espai cultural i arxiu històric de la Casa Gòtica. També en Aparcament i mobilitat es recullen accions interessants com desenvolupar el projecte de carrils bici o el projecte de pàrquing.

- Municipi verd i sostenible:

A més de l'objectiu general d'aquest apartat, "Tenir un entorn menys contaminat, on poder caminar amb tranquil·litat i gaudir de la natura", destaquen projectes tals com elaborar el projecte de senyalització de rutes verdes o convertir la Font Picant en punt d'activitats del Parc de la Serralada Litoral.

- Compromís amb el país i la cultura:

És en aquest eix on es manifesten amb més detall els plans de l'equip de govern en relació amb el turisme. Als apartats "La llengua", "Patrimoni", "Museu" i "Cultura i festes" es descriuen diferents iniciatives en l'àmbit del turisme.

Al punt "Turisme i Comerç" és on es recullen amb més definició els plantejaments de desenvolupament turístic:

- Posar en valor el patrimoni cultural, natural i gastronòmic de la nostra Vila
- Potenciar rutes existents i crear-ne de noves
 - o Ruta de mestres artesans
 - o Ruta íntima de Puig i Cadafalch
 - o Rutes de natura i de valor de l'entorn
- Implicar el comerç local a les de festes i actes culturals
- Redactar un Pla de Dinamització del Comerç
- Crear identitat de la riquesa local
- Cercar la col·laboració d'entitats per millorar fires i festes
 - o D.O.Alella (Argentast)
 - o Empreses privades
 - o Consorci del Turisme del Maresme
- Promoure el nou logo d'Argentona Turisme

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

- Conèixer les prioritats i propostes de l'actual consistori en relació al turisme i a les activitats vinculades.
 - Adequar la planificació turística d'Argentona a les prioritats de legislatura de l'Ajuntament.
-

PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ 2024-2032

El Pla estratègic de comerç 2024-2032 d'Argentona estableix un full de ruta per consolidar el comerç local com a eix vertebrador del municipi, tant des d'un punt de vista econòmic com social. Amb un enfocament que integra l'urbanisme, la dinamització comercial i la sostenibilitat, el pla identifica les necessitats i oportunitats del sector per garantir el seu desenvolupament a llarg termini.

Objectius principals

- Potenciar el comerç local com un element clau per a l'economia del municipi.
- Millorar la qualitat de vida dels residents mitjançant un comerç accessible i proper.
- Incrementar l'atractiu d'Argentona per a visitants i turistes a través d'una oferta comercial renovada i adaptada.

Diagnosi inicial

- Fortaleses: La proximitat del comerç, la qualitat del servei i la confiança dels comerciants locals amb la seva clientela són elements destacats. A més, es valora l'atractiu urbanístic i cultural del municipi com a pol d'atracció.
- Debilitats: S'observen mancances en l'oferta comercial diversificada, especialment en sectors d'oci i equipament personal. També es detecten dificultats d'accés i aparcament, així com una baixa densitat comercial en determinades zones.
- Oportunitats: L'evolució del comerç electrònic i les sinergies amb el turisme local i regional ofereixen perspectives de creixement. A més, la col·laboració públic-privada es perfila com una eina clau per impulsar el sector.
- Amenaces: La competència de grans superfícies i el canvi en els hàbits de consum són factors que poden afectar la sostenibilitat del comerç local.

Línies estratègiques

1. Urbanisme comercial i mobilitat:

- Millorar l'accessibilitat dels eixos comercials principals.
 - Optimitzar els espais d'aparcament i fomentar la mobilitat sostenible.
 - Modernitzar els espais públics clau, com la Plaça Nova i els carrers principals.
 - Incrementar la il·luminació i la neteja urbana per millorar l'experiència de compra.
2. Dinamització i diversificació de l'oferta comercial:
- Atraure nous negocis enfocats a sectors estratègics com l'oci, la restauració i el turisme.
 - Fomentar el relleu generacional i oferir suport a nous emprenedors.
 - Promoure campanyes per posar en valor el comerç local i millorar la seva percepció pública.
3. Formació i assessorament als comerciants:
- Programes de capacitació en gestió comercial, màrqueting digital i servei al client.
 - Suport en la digitalització dels negocis per aprofitar les oportunitats del comerç electrònic.
 - Certificacions de qualitat per reforçar la competitivitat del comerç local.
4. Dinamització i interconnexió del comerç:
- Enfortir les associacions de comerciants per impulsar iniciatives col·lectives.
 - Crear un calendari anual d'activitats i esdeveniments comercials.
 - Establir col·laboracions amb entitats culturals i turístiques per incrementar l'atractiu del municipi.

Accions prioritzades

- Infraestructures: Renovar espais com el Carrer Gran i ampliar les zones per a vianants.
- Promoció comercial: Desenvolupar campanyes temàtiques com fires, mercats i rutes comercials vinculades a tradicions locals.
- Innovació tecnològica: Implantar plataformes digitals per connectar comerços amb clients i facilitar la venda en línia.
- Ajuts i subvencions: Destinar recursos econòmics per a la modernització d'establiments i projectes innovadors.

Indicadors clau de seguiment

- Per mesurar l'èxit del pla, s'han definit indicadors com l'augment del nombre d'establiments comercials actius, la millora de la satisfacció dels clients i l'increment del trànsit de visitants a les zones comercials.

Impacte esperat

- Es preveu que la implementació del pla contribueixi a fer d'Argentona un referent comarcal en comerç de proximitat, amb una oferta moderna i sostenible, capaç de competir amb altres formats comercials i d'atraure nous públics al municipi.
- Aquest pla combina la preservació dels valors tradicionals del comerç local amb l'adaptació a les noves tendències i necessitats del mercat, garantint així un creixement equilibrat i sostenible per al sector.

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

- El Pla estratègic de comerç pretén millorar la capacitat del municipi per atraure i retenir visitants, i reforçar el seu posicionament com a destinació autèntica i sostenible. És important doncs tenir en compte les línies estratègiques previstes en el Pla estratègic de comerç per integrar aquelles que caminin en la línia d'atraure més visitants a la vila.
-

PLA ESTRATÈGIC DE DESENVOLUPAMENT DEL TURISME DEL MARESME

Any: 2021

Autor: Consorci de Promoció turística del Maresme

"A través d'aquest document s'ha assolit l'objectiu fixat pel Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme de construir i disposar d'un Pla Estratègic que guiï el desenvolupament turístic de la comarca a partir d'una visió-horitzó 2030".

A la fase 1 del projecte es defineixen els aspectes metodològics aplicats per a l'elaboració d'aquest document.

La diagnosi de la fase 2 determina que al Maresme existeix una evident dependència històrica del turisme de sol i platja. També que l'oferta d'allotjament es considera escassa en alguns municipis on el sector turístic no es troba tan potenciat i que manquen aliances a nivell municipal i també a nivell comarcal, així com una visió compartida i objectius comuns com a destinació. Igualment s'assenyala que la marca turística de la comarca es troba poc relacionada amb la identitat del territori. S'indiquen com a fortaleeses, entre d'altres, l'entorn natural d'interior i de litoral i la diversitat de productes experiencials turístics i atractius amb potencial, i com a oportunitats les noves tendències turístiques de demanda entorn al turisme actiu i de naturalesa i l'augment de la consciència sostenible i de consum de proximitat.

A la fase 3, la visió i l'estratègia està formulada de la següent manera: "Esdevindrem una destinació sostenible teixida a partir de l'autenticitat i la identitat del territori i la seva gent; reconeguts per una oferta de qualitat forjada en la cultura, l'enogastronomia, la natura, l'esport, l'activitat nàutica i subaquàtica, i tots aquells recursos propis del territori; compromesos en promoure una activitat turística segura, tecnològicament integrada, econòmicament potenciadora, harmònica i equilibrada amb la comunitat local."

El pla d'accions es plasma a la fase 4 en cinc objectius que es detallen a continuació: Objectiu 1, "aconseguir recursos addicionals de finançament".

Objectiu 2, "millorar la comunicació, projectes i treball conjunt entre els agents privats i les administracions locals i comarcal, amb competències en la gestió turística".

Objectiu 3, "generar una visió i unes rutines de col·laboració que es mantinguin més enllà del curt termini, i amb autonomia de qualsevol canvi polític".

Objectiu 4, "augmentar la quantitat de persones que treballen en l'execució de polítiques turístiques".

Objectiu 5, "adaptar el producte i les organitzacions a les noves tendències (digitalització, sostenibilitat, col·laboració o co-creació, trencar l'estacionalitat...)".

La fase 5 formula la implantació del pla estratègic de la manera següent:

"És necessari deixar de pensar en el pla com un document i considerar-lo com un sistema de treball intern, d'acords i vincles clars entre agents del territori, que es relacionen sobre la base d'una pauta definida, orientada a l'acció, la qualitat dels seus resultats i la implicació".

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

- Conèixer les línies d'actuació del Pla Estratègic de Desenvolupament Turístic del Maresme.
 - Treballar per a la integració de la planificació turística d'Argentona en aquest marc de treball.
-

Altres documents per a la planificació turística d'Argentona

WEB AJUNTAMENT

Autor: Ajuntament d'Argentona

El principal objectiu de la pàgina web de l'Ajuntament d'Argentona és recollir tot tipus d'informació del municipi així com informar sobre el patrimoni del municipi o bé les activitats o experiències que es poden viure al mateix.

La web es divideix en diferents apartats: L'Ajuntament, La Vila, Serveis, Argentonin@s i Tràmits i Gestions.

A la secció "La Vila" hi ha un recull d'informació útil per tal de conèixer millor el municipi, els seus equipaments, la seva història, els llocs d'interès i el teixit empresarial turístic.

Es divideix en 8 apartats diferents: Comerç i Empresa, Vine a Argentona, Rutes i Llocs d'Interès, El Municipi, Equipaments, Mercats, Història i Plànol.

A "Vine a Argentona" trobem la informació sobre: Informació turística, Visites imprescindibles, On Menjar, On Dormir, Festes i Tradicions.

Destaquen entre les visites imprescindibles la Casa Puig i Cadafalch, el Museu del Càntir, la Casa Gòtica, l'Església de Sant Julià, la Font Picant i el Castell de Burriac.

A l'apartat d'itineraris proposen un bon nombre de rutes (detallades més endavant) de diferents nivells tant per senderisme com bicicleta.

A on dormir i on menjar es fa un recull de totes les empreses del municipi que ofereixen aquestes serveis, on es troben set allotjaments amb llicència HUTB i vint-i-sis bars i restaurants.

En quant a festes i tradicions es proposa la Festa Major de Sant Julià i la festa Major d'estiu a més de la Fira Internacional de Ceràmica i Terrissa, que organitza el Museu del Càntir el primer cap de setmana de juliol.

També hem localitzat a la web, dins de l'apartat "Objectius estratègics del Pla d'Actuació Municipal", impulsar un turisme sostenible mitjançant l'Elaboració d'un Pla Estratègic per al desenvolupament del turisme al municipi i la creació d'un punt d'informació turística.

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

- Recull tots els punts d'interès i activitats a fer que hi ha al municipi.
 - En algunes seccions trobem enllaços a webs on podem ampliar la informació.
-

-
- És un bon punt de partida per conèixer què s'està potenciant per part de l'ajuntament a nivell turístic.
-

PARC DE LA SERRALADA LITORAL

Autor: Diputació de Barcelona

A la pàgina web de la Diputació de Barcelona destinen un apartat per a la Xarxa de Parcs Naturals, on el Parc de la Serralada Litoral disposa d'un espai on recull la informació necessària per conèixer més profundament tot allò que disposa el Parc.

La superfície protegida del Parc és de 4.712,3 ha, gairebé totes de propietat privada, en 15 municipis del Maresme - inclòs Argentona - i el Vallès Oriental. Els boscos predominants són pinedes de pi pinyer i alzinars. El catàleg de flora és força ric i inclou més de 1.000 espècies. Pel que fa a la fauna, és característica dels ecosistemes mediterranis. Els diferents hàbitats acullen unes 300 espècies de vertebrats, i el primer catàleg d'invertebrats n'ha pogut determinar més de 700.

La web es divideix en diversos apartats. En ells es recull informació necessària per poder arribar-hi des de diferents punts del territori i ofereix un mapa del Parc i de l'entorn, a més dels equipaments del parc com ara l'oficina a Alella.

També trobem una pestanya on s'informa dels tràmits i permisos per accedir al parc així com dels consells i regulacions per fer la visita. Una visita virtual 360° també forma part del contingut d'aquesta web.

La informació més completa és la relativa a "itineraris senyalitzats per fer al Parc de la Serralada Litoral. Cada itinerari es pot fer a peu i compta amb el seu propi track amb informació de les característiques i elements d'interès. Alguns dels itineraris estan adaptats per a persones amb discapacitats de mobilitat o visuals. Hi ha dues maneres per consultar i fer els itineraris senyalitzats: un espai a la plataforma goolTracking i un espai propi a Wikiloc". En aquesta pestanya hi podem trobar alguna referència de rutes relacionades amb Argentona.

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

- Conèixer les activitats vinculades al turisme que es realitzen dins del Parc.
 - Conèixer els usuaris del Parc per crear producte i atraure'ls cap al municipi d'Argentona.
-

WEB TURISME DEL MARESME

Autor: Consorci de Promoció turística del Maresme

<https://www.turismemaresme.cat/ca/> és el web del Consorci de Promoció Turística del Maresme. Aquí hi trobem tots els aspectes de la comarca que s'han decidit promocionar per a l'atracció de visitants, tant des del punt de vista patrimonial com experiencial. També apareixen establiments on es pot pernoctar i allà on menjar (es poden filtrar per municipis). Per últim hi ha l'agenda d'activitats.

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

En primer lloc trobem l'eslògan "Maresme de mar i de munt" i sota aquest l'oferta turística mostrada a les pestanyes: Platges, Cultura, Natura, Familiar, Esport i Gastronomia. A continuació es descriuen amb més detall les especificitats del turisme al Maresme: Pet friendly, Sostenibilitat, Escolar, Benestar, Turisme de pantalla, Enoturisme,...

L'apartat "Planifica" ofereix informació pràctica tal com Guies i mapes, Quin temps farà?, Punts d'informació turística...

"Agenda" conté una amplíssima informació sobre actes de tota mena que es pot filtrar per: Tipus d'esdeveniment, Municipi o Dates.

"Descobreix" mostra una pantalla amb tots els municipis de la comarca dividits a Mar i Munt. Clicant a cadascun d'ells tenim accés a tota la informació relacionada amb aquest municipi que conté aquesta web.

A continuació s'analitza la informació relativa a Argentona. S'ha revisat seguint els ítems que apareixen en entrar al municipi.

Descripció: breu apunt de quatre línies acompanyant una foto del museu del Càntir.

Activitats: dividides en Natura (només apareix l'Hípica Clarà); Gastronomia (només apareix Esquis fruits Campins) i Cultura (només apareix el Museu del Càntir).

Agenda: una exposició temporal al museu de setembre a desembre 2024. Festa Major d'hivern. Festa Major de Sant Domingo i Garrinada. No hem trobat informació sobre la Fira Internacional de Ceràmica i Terrissa.

Allotjaments: només es mostren nou dels cinquanta-tres HUTs declarats a Argentona segons l'IDESCAT.

Restauració: hi trobem tres restaurants.

Rutes: apareixen catorze rutes dividides en culturals i esportives. És una informació relativament àmplia però no exhaustiva.

Blog: només una referència a Argentona a l'article "5 pobles del Maresme per perdre's a la natura".

A prop de: compta amb quatre pestanyes que donen accés a la informació dels quatre municipis de la comarca més propers.

Conclusions de la pàgina web:

És una web completa, amb moltes propostes a nivell turístic dins la comarca i d'on podem extreure quina és l'estratègia turística del Maresme i com s'integren tots els municipis.

La presència d'Argentona a la web no és especialment destacada, però es percep un augment de visibilitat en l'àmbit de les rutes de ciclisme i senderisme.

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

- Conèixer les accions turístiques d'altres municipis amb similars recursos naturals.
 - Aquí podem veure com hi ha poca presència d'Argentona en les opcions turístiques de la comarca.
-

Documents de la Diputació de Barcelona

ACTIVITAT TURÍSTICA DE LA DESTINACIÓ DE BARCELONA. DADES 2021

Any: 2022

Autor: LABturisme de la Diputació de Barcelona

Es presenta un recull de les dades de l'any 2021 amb la finalitat de configurar quina és la realitat turística del període a la província de Barcelona i les seves comarques i analitzar-ne l'evolució. Les dades d'aquest any encara es veuen lleugerament alterades respecte a la tendència de les que ja es tenien perquè la pandèmia, tot i estar més controlada a la societat, ha afectat fortament el sector turístic.

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

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

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

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

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

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

Per últim, es fa una anàlisi de la percepció del turisme per part del resident, es mostra el balanç del 2021 i les tendències del 2022 i es presenten les fitxes de les comarques. Remarca els efectes de la pandèmia i com aquesta no ha deixat créixer el nombre de turistes però de cara al 2023 s'espera una recuperació constant que pugui arribar als nivells del 2019 (pre - pandèmics).

A la pàgina 149 es troba la fitxa comarcal del Maresme amb la descripció de l'evolució turística del Maresme 2020/2021, el perfil del turista i la reputació on-line.

El Maresme és, després del Barcelonès, la comarca amb més volum d'activitat turística, tant en termes d'oferta com de demanda. El resum de les dades del Maresme és que ha estat una comarca amb poca variació respecte l'any anterior en quant al nombre d'instal·lacions, però respecte a la demanda, el nombre de viatgers i de pernoctacions ha augmentat notablement tot i que encara no ha arribat als nivells del 2019.

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

- Conèixer l'evolució turística de la comarca.
 - Conèixer el perfil del turista que rep la comarca del Maresme per adaptar, millorar o crear productes i serveis turístics d'acord amb les necessitats de la demanda i optimitzar els esforços i recursos destinats a la promoció i comercialització.
 - Avaluar si, a partir de la informació de què disposen els agents turístics del municipi, el perfil del visitant d'Argentona i les característiques de les seves estades, estan en línia amb les què s'identifiquen a la comarca.
-

ESTUDI DE REPUTACIÓ TURÍSTICA ONLINE DE LA REGIÓ DE BARCELONA

Any: 2023

Autor: LABturisme de la Diputació de Barcelona

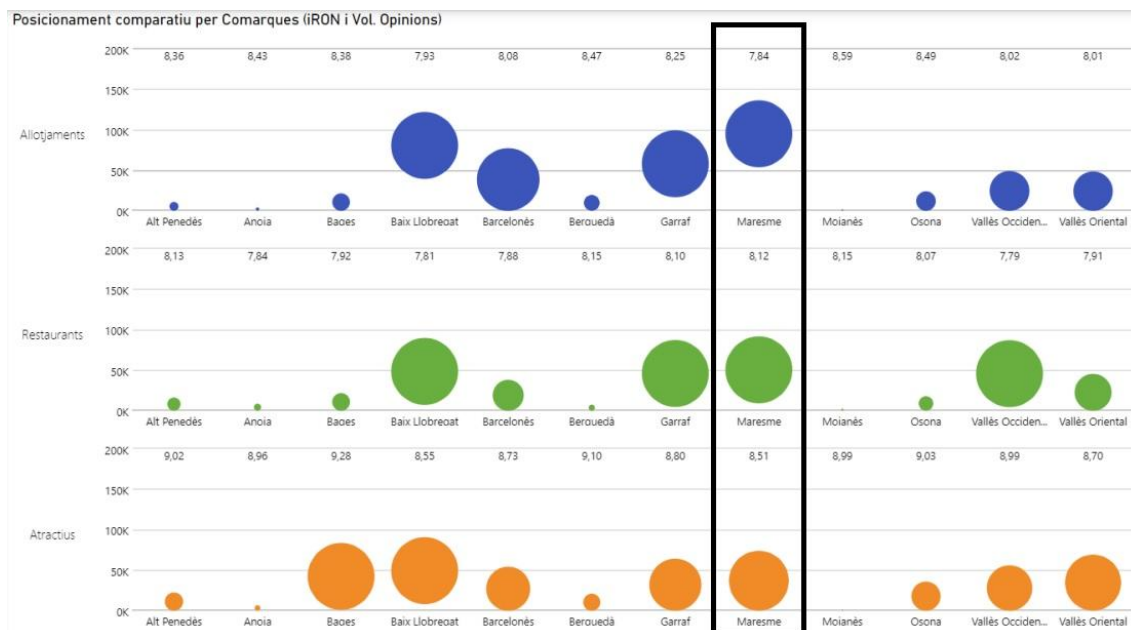
Aquest estudi té com a principals objectius quantificar la valoració agregada dels allotjaments, restaurants i atractius turístics de la destinació; establir un seguiment evolutiu dels principals indicadors; consolidar l'ús d'eines de visualització de dades que permetin més nivell de segmentació i de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

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

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

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

En el gràfic següent es pot veure el posicionament del Maresme:



Font: *Monitor de la reputació turística online de la regió de Barcelona 2023*. Diputació de Barcelona

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

- Poder comprovar la reputació online que s'ha identificat dels principals atractius, restaurants i allotjaments d'Argentona en relació als resultats obtinguts al conjunt de la comarca del Maresme.

BALANÇ DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA ESTIU 2023 A L'ENTORN DE BARCELONA

Any: 2023

Autor: Diputació de Barcelona

Es fa una comparativa de les temporades turístiques dels estius 2019, 2020, 2021, 2022, i 2023 per tal d'avaluar els efectes de la sortida de la crisi de la COVID-19 sobre l'activitat turística.

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

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

viatgers, pernoctacions, estada mitjana i ocupació per comarques; i viatgers i pernoctacions per punts turístics i tipologies d'allotjament.

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

En el quart punt es presenten els resultats d'un seguit d'enquestes qualitatives, per a dur a terme una anàlisi a l'entorn de la percepció de l'activitat turística durant la temporada d'estiu 2023. S'ha realitzat un qüestionari online a un total de 38 destinacions de la Regió de Barcelona per conèixer la valoració de la temporada d'estiu 2023, conèixer els reptes de la destinació durant la temporada d'estiu 2023 i tenir una previsió per a la tardor 2023.

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

El punt sisè presenta perfil del turista tenint en compte les principals característiques del turista a l'estiu 2023 a l'entorn de Barcelona.

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

El nombre de viatgers i de pernoctacions de l'Entorn de Barcelona (província menys el Barcelonès), segueix augmentant durant els mesos d'estiu de 2023 respecte l'estiu anterior però amb increments molt més baixos que els dos anys anteriors. Tant en viatgers com en pernoctacions, l'increment al 2023 ha estat per sota del 8%. Comparant les dades amb les de 2019, incrementen els turistes (+7,0%) però segueix sense recuperar-se el nombre de pernoctacions(-2,6%).

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

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

Documents Generalitat de Catalunya

NOVA ESTRATÈGIA COMUNICATIVA 2023 – 2024

Any: 2023

Autor: Agència Catalana de Turisme

Per posicionar Catalunya com una destinació turística que té en compte la sostenibilitat i el respecte envers l'entorn i els seus habitants, l'Agència Catalana de Turisme ha elaborat una nova estratègia comunicativa.

Els diferents espots destaquen per la microsegmentació de públics i la innovació tecnològica.

Els eslògans evoquen els valors que aporta l'experiència de viatjar, ja que el relat se centra en el viatge extern o turístic (descoberta de Catalunya i els seus atractius) i l'intern o de transformació (enriquiment personal).

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argenton

Estratègia comunicativa en sintonia amb el nou model que s'està impulsant basat en el turisme regeneratiu, aquell que fa compatible l'activitat turística amb la vida als municipis.

PLA ESTRATÈGIC DE TURISME A CATALUNYA 2018 – 2022

Any: 2018

Autor: Direcció General de Turisme

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

Incrementar la despesa diària per turista.

Arribar al 37% de turistes que ens visiten els mesos de març, abril, maig i octubre.

Incrementar fins al 10% els turistes allotjats en les destinacions d'interior.

Gestionar de manera intel·ligent el creixement fins arribar als 21 milions de turistes internacionals.

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

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

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

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

Algunes línies estratègiques i accions poden ser d'aplicació al municipi.

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE CATALUNYA 2018 – 2022

Any: 2018

Autor: Direcció General de Turisme

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

Cal destacar alguns elements per a la planificació turística d'Argentona com són:

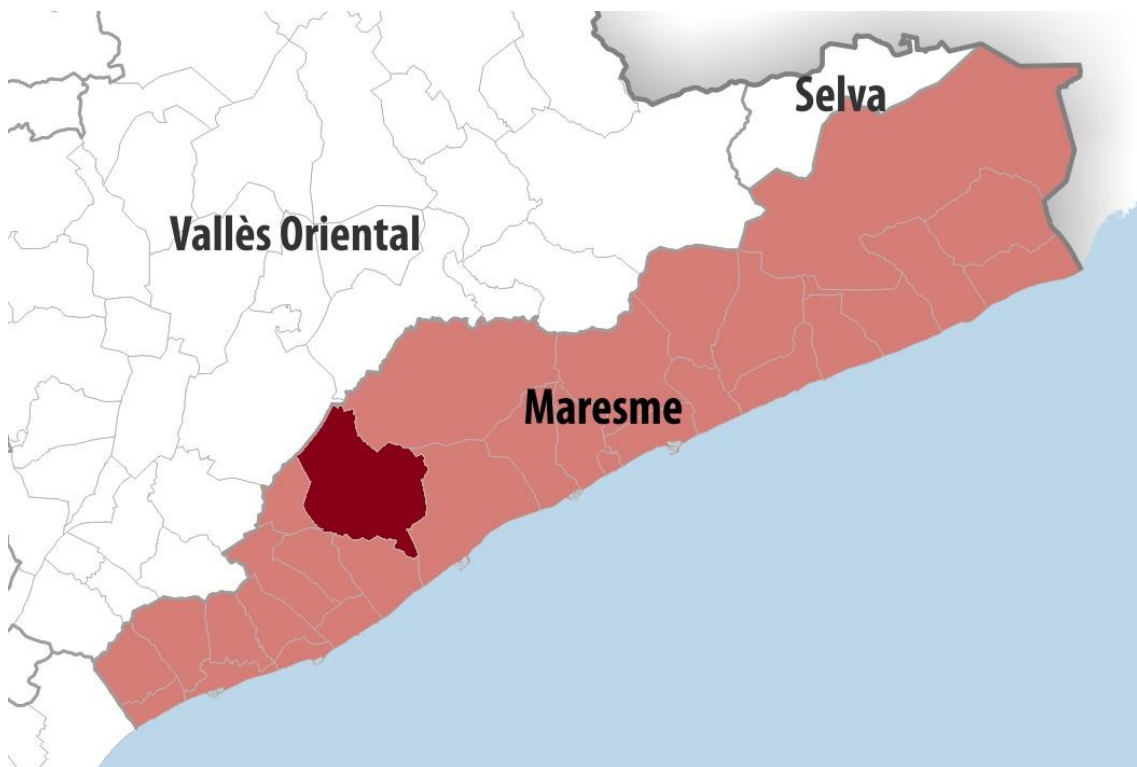
- “Una experiència turística excepcional que proporcioni moments de felicitat i records positius”.
- L'estratègia haurà de pivotar sobre la sostenibilitat i l'accessibilitat universal al turisme.
- Entre les “categories de productes d'interès especial” destaquen el turisme actiu, la natura, cultura i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

Interès per a la planificació turística del municipi d'Argentona

Considerar els elements prioritaris del Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya en la planificació dels d'Argentona.

3. ARGENTONA COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA

Argentona és un municipi de la comarca del Maresme (província de Barcelona). El conjunt del municipi té una extensió total de 25,40 km² i una població de 12.845 (any 2023) distribuïda en 13 entitats de població. La densitat de població d'Argentona és de 505,7 hab./Km², per sobre de la mitjana de Catalunya, que és de 246,1 hab/km² i per sota de la mitjana del Maresme que és de 1172,8 hab./km².



Localització d'Argentona dins el context comarcal. Font: elaboració pròpia partir de dades cartogràfiques de l'ICGC.

Argentona limita amb els municipis de la mateixa comarca del Maresme de Dosrius, Mataró, Cabrera de Mar, Cabrils i Òrrius, i amb el municipi de La Roca del Vallès a la comarca del Vallès Oriental.

En termes de geografia física, Argentona està situada a la zona interior de la comarca del Maresme i s'estén des dels peus de la Serralada Litoral fins gairebé la costa. El nucli urbà es troba al marge dret de la Riera d'Argentona, un curs d'aigua intermitent. Cal destacar l'elevat nombre de fonts que es localitzen al seu ric entorn natural.

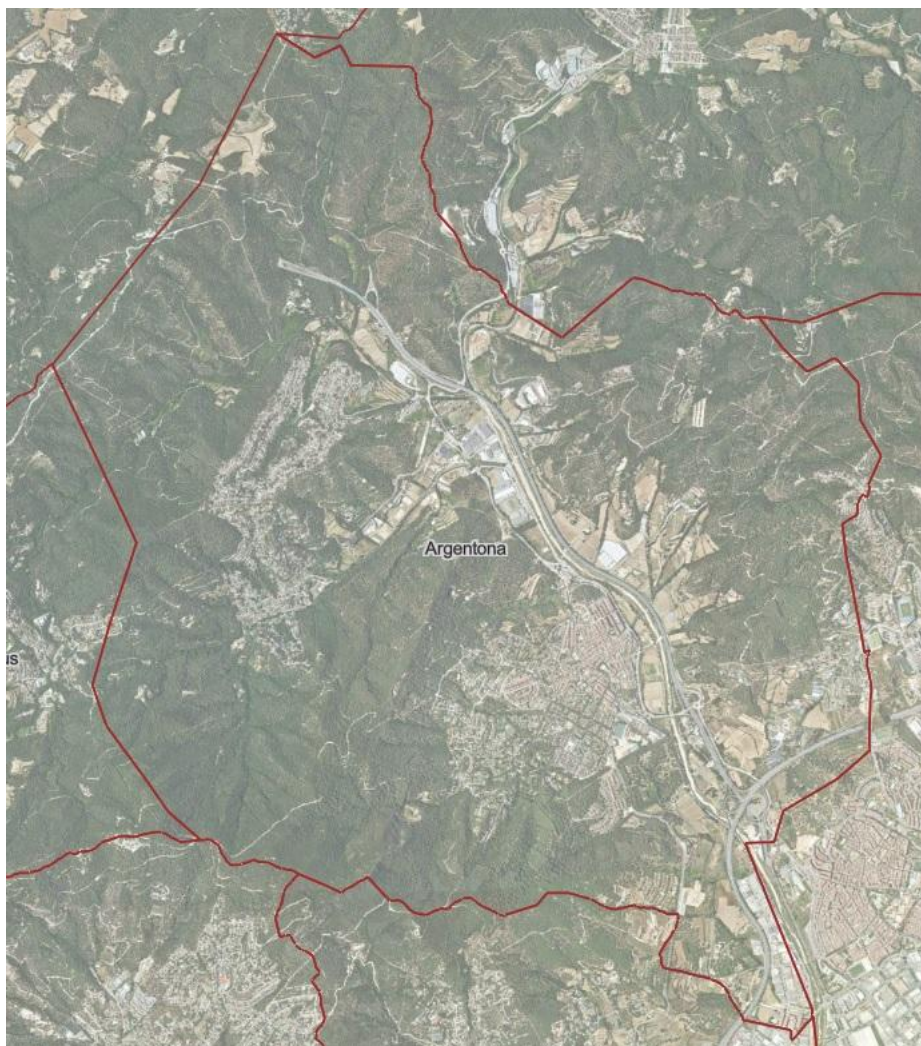


Foto-mapa topogràfic d'Argentona.

Demografia i territori

La població total d'Argentona és de 12.845 habitants, representant només el 2,74 % de la comarca. Malgrat que el seu pes demogràfic respecte el total de la comarca és baix, el seu terme municipal, en canvi, representa el 6,37 % del conjunt del Maresme. Per altra banda, destaca el creixement de la població que ha viscut Argentona al 2022, amb un increment del 9,07 %, molt per sobre de la variació comarcal, que ha estat del 1,23 % i de la del conjunt de Catalunya que ha estat del 1,5 %. Pel que fa a la taxa d'estrangeria aquesta és relativament baixa, essent de 6,17 %, per sota del conjunt comarcal que és del 12,95 % i de la de Catalunya, que és del 17,24 %.

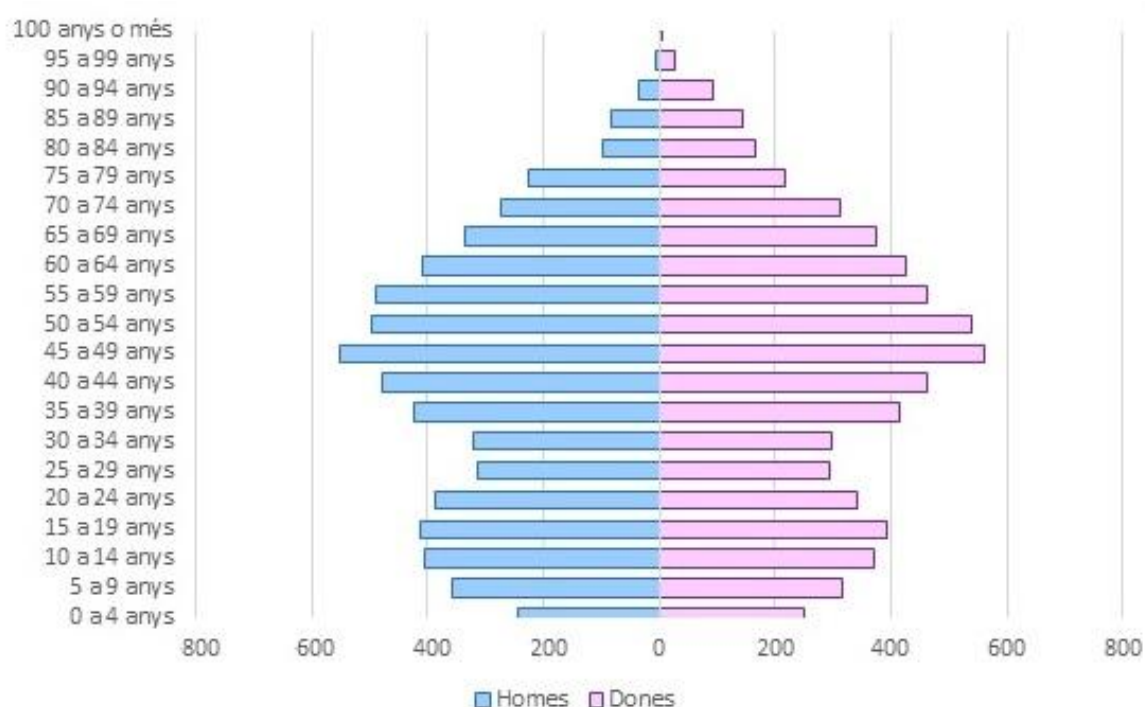
Pel que fa al lloc d'origen de la població estrangera, un 26,36 % provenen de la resta de la UE, seguit del 22,06 % procedents del continent africà, el 18,6 % que provenen

de Amèrica del Sud, el 15,63 % dels països europeus fora de la UE, el 11,09% de Àsia i Oceania i el 6,17 % que provenen de Amèrica del Nord i Central.

	Argentona	Maresme	Catalunya
Superfície (km ²)	25,40	399	32.108,00
Població 2023 (hab.)	12.845	467.398	7.901.963
Variació població 2022 (%)	9,07 %	1,23 %	1,5%
Taxa estrangeria 2023 (%)	6,17 %	12,95 %	17,24%

Font: IDESCAT

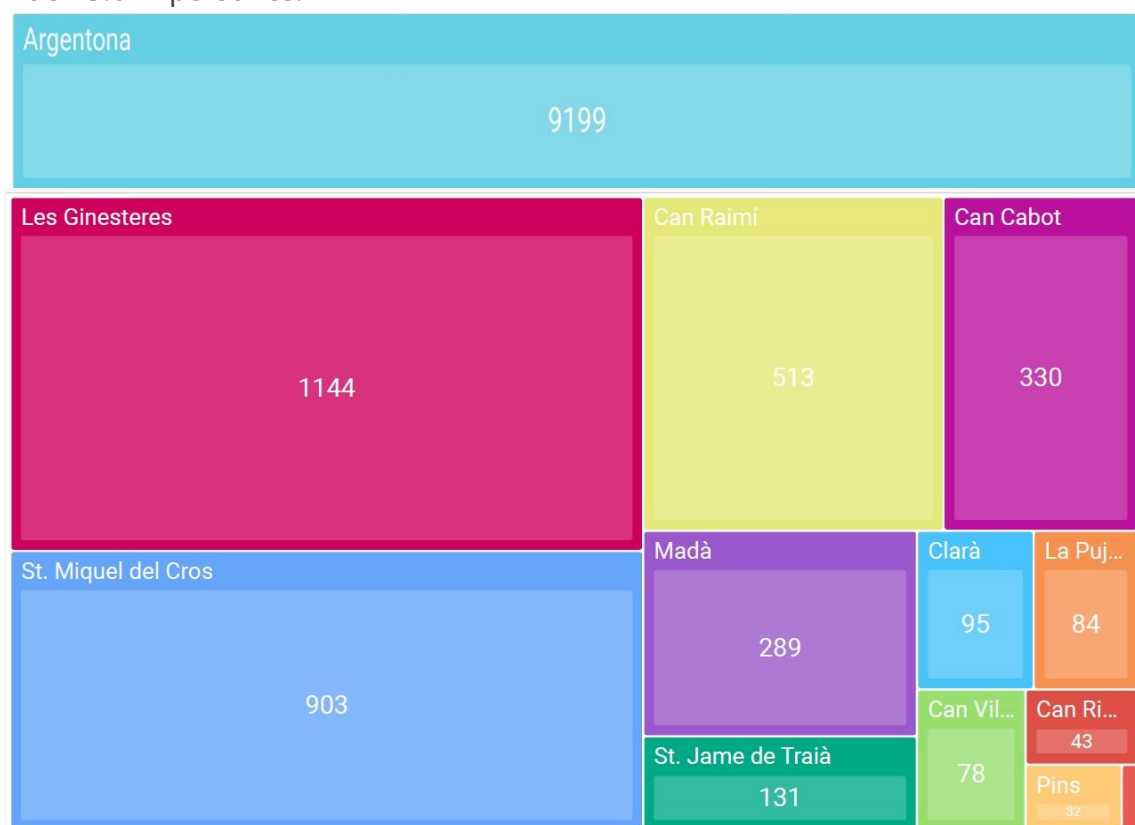
Pel que fa a la distribució de la població per edats, tal com s'observa al següent gràfic, Argentona presenta una població eminentment adulta. Concretament, el 43,2 % de la població té entre 30 i 59 anys, essent aquestes edats les que acumulen un major nombre d'efectius, concretament amb un total de 5.495 persones. Agrupant les franges d'edat, tenim que el 31,79 % dels habitants del municipi tenen entre 0 i 29 anys, el 43,2 % de la població té entre 30 i 59 anys, el 20,53 % entre 60 i 79 anys i el 5,15% dels habitants tenen 80 o més anys.



. Piràmide d'edats d'Argentona. Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'IDECAT

L'índex d'envelliment (relació entre els majors de 65 anys respecte als menors de 15) és de 125,18%, una xifra inferior a la mitjana de Catalunya, que és de 133,3 %; i la de sobre envelliment (relació de persones de 85 anys i més respecte les persones de 65 anys i més) de 16,08%. L'índex de dependència juvenil (relació del nombre de joves menors de 15 anys respecte la població de 15 a 64 anys) és de 22,91 %, lleugerament superior a la mitjana catalana, que actualment és de 21,8%. L'índex de dependència de la gent gran, no obstant això, és superior a l'índex de Catalunya, on és d'un 29,1 % i en canvi, a Argentona és d'un 30,83 %. La suma de l'índex de dependència juvenil i de la gent gran eleva l'índex de dependència global fins a 53,74 %.

En relació a la distribució de la població en el territori, gairebé un terç de la població resideix fora del nucli urbà. Concretament el 28,39 % de la població viu en entitats de població disseminades. Segons el nomenclàtor del INE, la població d'Argentona es distribueix principalment a les entitats de població de Les Ginesteres (1.144 habitants), St. Miquel del Cros (903 habitants), Can Raimí (513 habitants), Can Cabot (330 habitants) i Veïnat de Madà (289 habitants). En aquestes entitats de població hi viuen 3.647 persones.



Distribució de la població per entitats de població. Font: elaboració pròpia a partir de dades del Nomenclàtor del INE.

Economia i mercat de treball

Actualment al municipi hi ha 5.745 persones ocupades i 482,1 persones a l'atur (mitjana anual del 2023).

Considerant les persones afiliades al Règim General de la Seguretat Social (RGSS) i al Règim Especial de Treballadors Autònoms (RETA), el sector serveis és el principal generador d'ocupació al municipi. A l'agost de 2024, aquest sector ocupava el 45,8 % de la població, amb 2.155 treballadors, seguit pel sector industrial, que ocupava un 43,88 % de la població amb 2.065 treballadors. Els sectors de la construcció i l'agricultura representaven el 9,45 % i el 0,8 % de l'ocupació, respectivament, essent els sectors econòmics amb menys pes.

Aquestes dades d'ocupació per sectors d'Argentona són substancialment diferents de les del conjunt de la comarca, on el 80 % de la població es dedica al sector serveis i és en canvi un 12,38 % de la població la que treballa en la indústria. Respecte a Catalunya, les dades municipals presenten una diferència similar a l'observada respecte a la comarca, ja que en el conjunt del país la població ocupada en la indústria és del 13,61 % i el 79,29 % de la població treballa en el sector dels serveis.

	Agricultura %	Indústria %	Construcció %	Serveis %
Argentona	0,8	43,88	9,45	45,8
Maresme	0,54	12,38	7,06	80
Catalunya	0,85	13,61	6,21	79,29

Percentatge d'ocupats per sectors a Argentona, Maresme i Catalunya. Dades 2 T. 2024. Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT.

	Agricultura	Indústria	Construcció	Serveis	TOTAL
Argentona	40	2.065	445	2.155	4705
Maresme	820	18.545	10.585	119.830	149.785
Catalunya	31.835	507.355	231.215	2.950.090	3.720.495

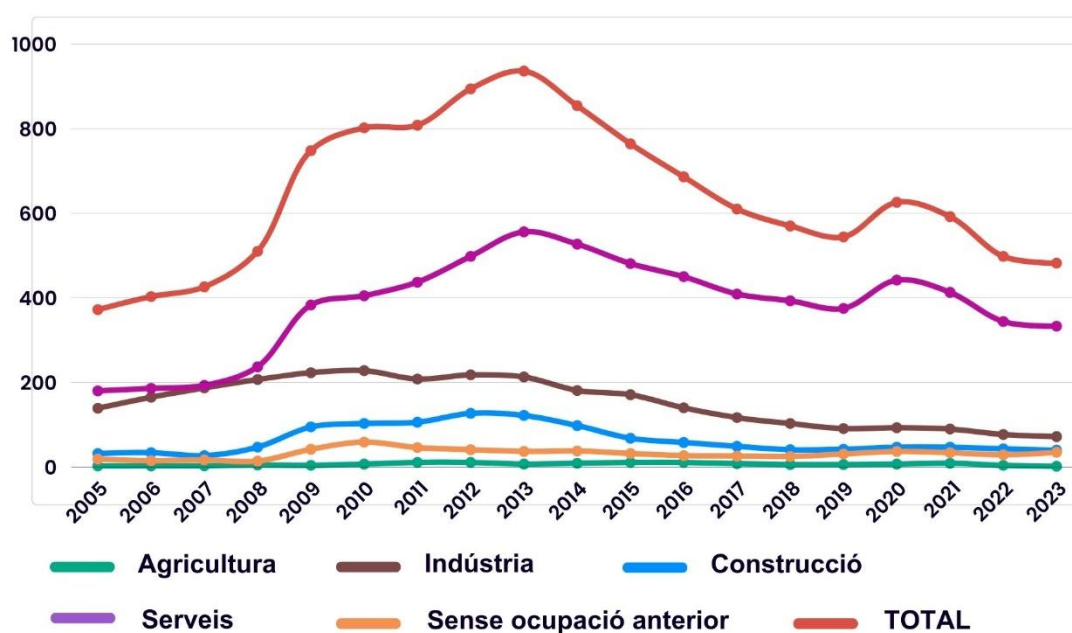
Nº d'ocupats per sectors a Argentona, Maresme i Catalunya. Dades 2 T. 2024. Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT.

Pel que fa a la taxa d'atur, es manté similar al llarg de l'any. Si comparem les dades de l'atur de l'agost del 2024 amb les del conjunt comarcal i les de Catalunya, Argentona presenta unes xifres d'atur lleugerament inferiors. Concretament, la taxa d'atur del municipi és de 7,8 %, mentre que a Catalunya és de 8,8 %. Respecte el conjunt de la comarca la diferència és encara major, donat que el Maresme presenta una taxa d'atur del 9,1 %.

	Argentona		Maresme		Catalunya	
	Taxa atur registral	Atur registrat	Taxa atur registral	Atur registrat	Taxa atur registral	Atur registrat
Agost 2024	7,8 %	486	9,1 %	20.525	8,8 %	335.990
Gener 2024	7,66 %	485	10,5 %	20.816	9,65 %	338.845

Evolució i comparativa de la taxa d'atur i de l'atur registrat d'Argentona, Maresme i Catalunya. Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu, Generalitat de Catalunya.

Pel que fa a l'evolució de l'atur en el període 2015-2023, aquest ha tendit a incrementar, assolint el seu punt màxim l'any 2013. Tot seguit es va iniciar una suau recuperació, aproximant-se de mica en mica a les xifres de l'any 2005. L'any 2020, amb la crisi de la COVID-19 el municipi va viure de nou un repunt de la taxa d'atur. No obstant, la tendència experimentada des de llavors, és d'una disminució del nombre de persones aturades al municipi.



10. Evolució de la taxa d'aturs per sector (2005 – 2023) a Argentona. Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT.

Pel que fa a l'estructura empresarial d'Argentona, l'any 2023 es comptabilitzaven 1.149 empreses. D'aquestes destaquen el 27,67 % corresponent al sectors del comerç, el transport i la hostaleria, el 16,01 % a activitats professionals i el 14,79 a la construcció. Les 104 empreses de base industrial constitueixen el 9,05 %.

Tipologia d'empreses any 2023	Nº d'empreses	%
Indústria	104	9,05
Construcció	170	14,79
Comerç, transport i hostaleria	318	27,67
Informació i comunicacions	28	2,43
Activitats financeres	32	2,78
Activitats immobiliàries	99	8,61
Activitats professionals	184	16,01
Educació i sanitat	108	9,39
Altres serveis professionals	106	9,22
Total empreses	1.149	

Nº d'empreses segons tipologia (any 2023). Font: INE

Ocupació del sòl

Pel que fa a la ocupació del sòl, Argentona representa el 6,37 % de la superfície comarcal. No obstant, i malgrat l'extensió del terme municipal, només representa el 1,99 % dels bens immobles de la comarca, amb un total de 6.608 immobles, que l'any 2023 li van suposar una recaptació de 5.217.953 € en concepte d'IBI, un 3,01 % del total de recaptació del Maresme.

	Argentona	Maresme	Catalunya
Superfície terme municipal 2023	25,40 Km ²	398,5 Km ²	32.108,00 Km ²
nº de rebuts de béns immobles 2023	6.608	330.920	5.970.136
IBI urbà 2023 (€)	5.217.953	172.977.319	3.016.796.790

Font: IDESCAT

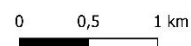
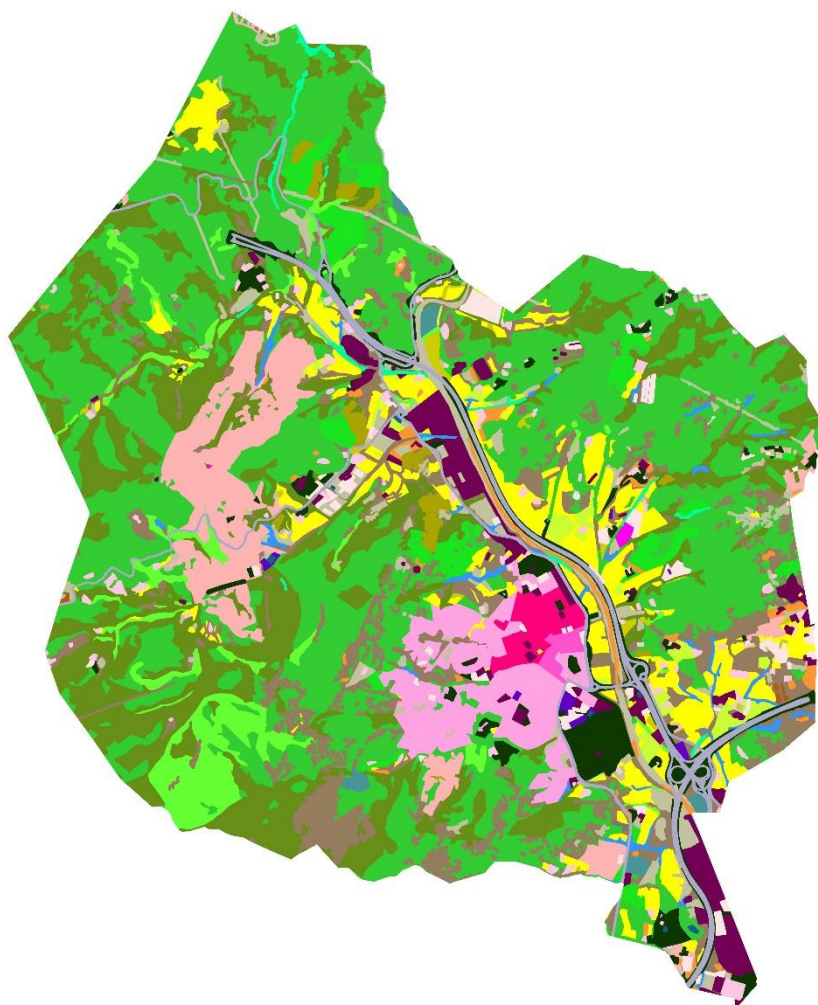
Usos i Cobertes del sòl. Any 2018.	Km ²	%
Boscors densos d'aciculifolis	9,38	37,00
Boscors densos d'esclerofil·les i laurifolis	4,10	16,17
Matollar	2,10	8,29
Conreus herbacis	1,86	7,32
Àrees residencials aïllades	1,13	4,47

Boscors densos de caducifolis, planifolis	0,92	3,64
Zones Urbanes laxes	0,89	3,50
Prats i herbassars	0,80	3,17
Zones verdes	0,74	2,92
Zones industrials , comercials i/o de serveis	0,59	2,33
Boscors clars d'aciculifolis	0,55	2,16
Xarxa viària	0,47	1,84
Edificacions aïllades en l'espai rural	0,26	1,01
Sòl nu urbà	0,24	0,95
Horta, vivers i conreus forçats	0,22	0,87
Casc urbà	0,21	0,82
Boscors clars d'esclerofil·les i laurifolis	0,18	0,69
Sòl nu forestal	0,17	0,68
Zones humides	0,15	0,60
Bosc de ribera	0,09	0,35
Altres conreus llenyosos	0,09	0,34
Zones d'extracció minera i/o abocadors	0,08	0,32
Eixample	0,06	0,24
Zones esportives i de lleure	0,04	0,15
Zones en transformació	0,01	0,06
Vinyes	0,01	0,05
Basses	0,01	0,03
Roquissars i congestes	0,00	0,01
Conreus en transformació	0,00	0,01

Usos i cobertes del Sòl 2018 d'Argentona. Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'ICGC.

El paisatge predominant d'Argentona és el forestal, ocupant els boscos un 60,01% de la superfície del municipi, que corresponen a 15,21 km². D'entre les diverses

tipologies de boscos, els més presents són els boscos densos aciculifolis, és a dir, les pinedes, que ocupen 9,38 km². Amb 4,10 km², també ocupen un percentatge important els boscos densos d'esclerofil·les i laurifolis, concretament un 16,17 % de la superfície del terme municipal. Els altres usos rellevants són els matollars, que representen el 8,29 % de la superfície d'Argentona, i els conreus herbacis, que ocupen el 7,32 % del municipi. Pel que fa a les superfícies urbanes, s'observa com l'urbanisme lax i dispers té predominança. Concretament, 1,13 km² estan ocupats per àrees residencials aïllades (el 4,47 % de la superfície municipal) i 0,89 km² per zones urbanes laxes (el 3,50% de la superfície municipal). El cas urbà, amb 0,21 km², només suposa el 0,82 % del municipi.



Llegenda

111. Conreus herbacis	228. Prats i herbassars	348. Zones esportives i de lleure
112. Horta, vivers i conreus forçats	229. Bosc de ribera	349. Zones d'extracció minera i/o abocadors
113. Vinyes	230. Sòl nu forestal	350. Zones en transformació
114. Oliverars	231. Zones cremades	351. Xarxa viària
115. Altres conreus llenyosos	232. Roquissars i congestes	352. Sòl nu urbà
116. Conreus en transformació	233. Platges	353. Zones aeroportuàries
221. Boscos densos d'aciculifolis	234. Zones humides	354. Xarxa ferroviària
222. Boscos densos de caducifolis i planifolis	341. Casc urbà	355. Zones portuàries
223. Boscos densos d'esclerofil·les i laurifolis	342. Eixample	461. Embassaments
224. Matollar	343. Zones urbanes laxes	462. Llacs i llacunes
225. Boscos clars d'aciculifolis	344. Edificacions aïllades en l'espai rural	463. Cursos d'aigua
226. Boscos clars de caducifolis i planifolis	345. Àrees residencials aïllades	464. Basses
227. Boscos clars d'esclerofil·les i laurifolis	346. Zones verdes	465. Canals artificials
	347. Zones industrials, comercials i/o de serveis	466. Mar

Usos i cobertes del Sòl 2018 d'Argenton. Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'ICGC

Oferta turística

L'oferta turística d'Argentona és limitada. De fet, d'allotjament turístics tal com s'entén en les bases estadístiques de la Generalitat de Catalunya, no n'apareix cap. És a dir, a Argentona no hi ha cap hotel ni càmping ni cases de turisme rural. No obstant, sí que s'identifiquen 53 habitatges d'ús turístics amb 292 places d'allotjament al municipi.

El conjunt de la comarca disposa d'un nombre significatiu d'allotjament turístic. Concretament, al Maresme s'han comptabilitzat 158 hotels, 24 cases de turisme rural i 30 càmpings, que ofereixen un total de 51.490 places. Això la converteix a la cinquena comarca de Catalunya que més places ofereix.

Pel que fa als habitatges d'ús turístic al conjunt comarcal n'hi ha 4.891, que ofereixen un total de 26.909 places, sent la setena comarca de Catalunya en nombre de places.

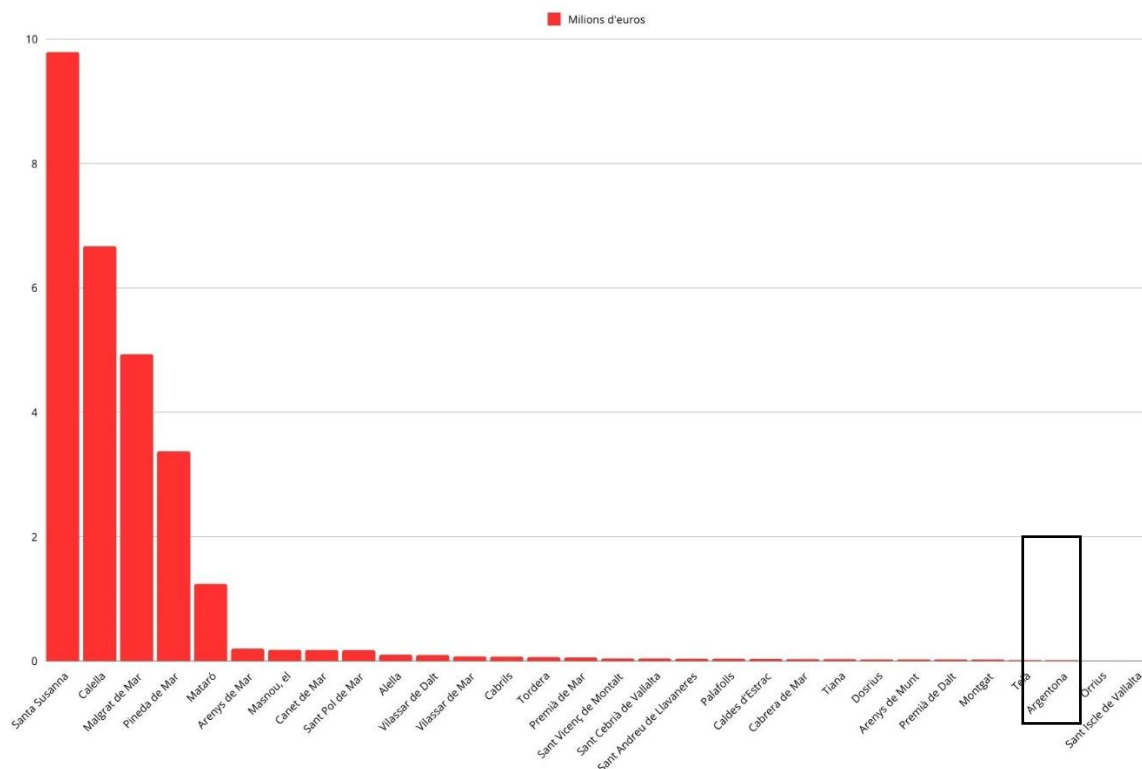
	Argentona	Maresme	Catalunya
Nombre d'empreses 2023	209	11.912	655.062
Nombre d'allotjaments turístics* 2022	0	212	6.061
Places d'allotjament turístic* 2022	0	51.490	614.369

15. * Inclou Hotels. Càmpings i turisme rural. Font IDESCAT

	Argentona	Maresme	Catalunya
HUTs declarats 2022	53	4891	95.710
HUTs places 2022*	292	26909	526.635

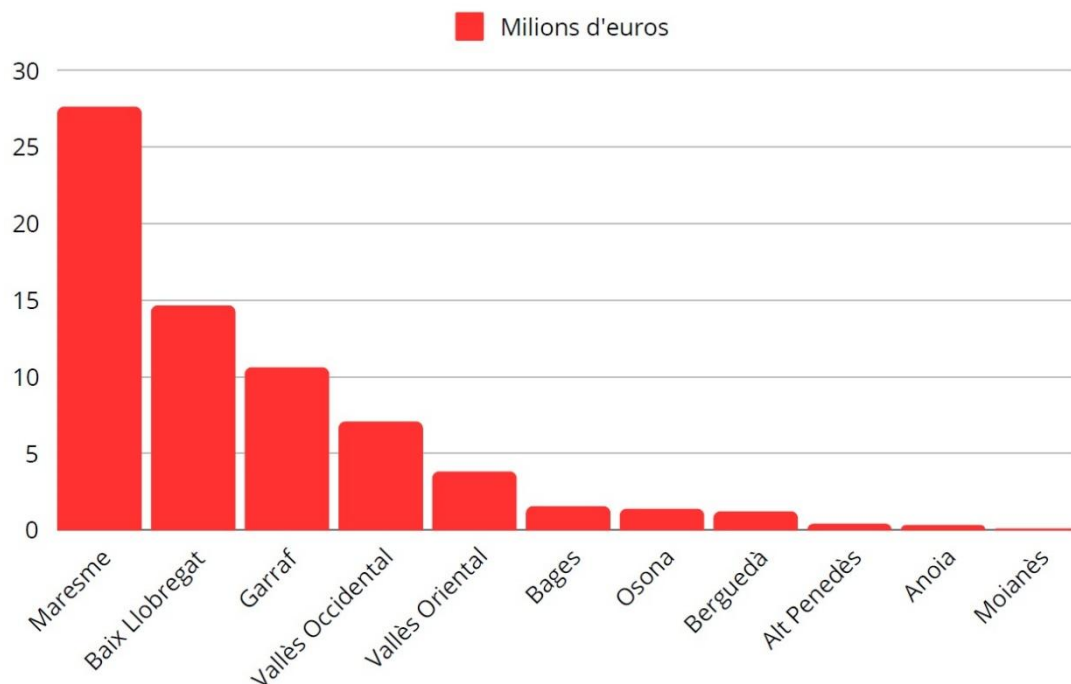
Dades extretes el 21/09/2024. Font IDESCAT. *Estimació de 5,5 places per HUT.

Aquesta baixa oferta de places hoteleres a Argentona queda reflectida també en la recaptació de la taxa turística, que entre el període 2012- 2023, ha estat només de 14.215€. Es el tercer municipi amb menor recaptació de la taxa turística de la comarca. Només representa el 0,05 % de la recaptació comarcal, dels 27.635.916 € que es recapten en el conjunt del Maresme.



Recaptació de la taxa turística del municipis del Maresme pel període 2012 – 2023. Font: Estadístiques de l'impost sobre les estades en establiments turístics, IEET.

El Maresme disposa d'una àmplia oferta d'allotjament turístic, i això es tradueix en una alta recaptació a través de la taxa turística. Al següent gràfic es pot veure la recaptació de totes les comarques de la província de Barcelona, excepte el Barcelonès, que no s'ha tingut en compte per facilitar la lectura del gràfic. El Maresme encapçala la llista de recaptació. Concretament, la seva recaptació suposa el 40,30 % del total de les comarques de la província de Barcelona, sense comptabilitzar el Barcelonès.



Recaptació taxa turística de les comarques de la província de Barcelona (excepte el Barcelonès) pel període 2012 – 2023. Font: Estadístiques de l'impost sobre les estades en establiments turístics, IEET

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

Com s'ha vist anteriorment, Argentona no disposa d'allotjaments d'ús turístic. Tanmateix, l'índex de places d'allotjament per cada 1000 habitants resultant de la presència dels habitatges d'ús turístic és de 23. A municipis d'interior i similar població (Tordera) es de 33. A banda de les places de HUTs, Tordera compta amb 2 hotels i 4 allotjaments de Turisme Rural. La població de la comarca amb més places de HUT és Santa Susana, amb 589 per cada 1000 habitants, a més d'hotels, càmpings i turisme rural.

Organització interna

Actualment l'àrea de turisme està en un moment de canvi. A nivell tècnic es gestiona dins l'àrea de promoció econòmica. Ara bé, al inici de la redacció del present Pla Estratègic, aquesta àrea formava part de la pròpia regidoria de Regidora de Promoció Econòmica i Serveis Econòmics, Cooperació i Tercer Sector, Societat Digital i Noves Tecnologies, Participació i Transparència. Durant el transcurs de la redacció del Pla, l'àrea de Promoció Econòmica s'ha integrat dins la regidoria de Cultura i Festes. No obstant això, la responsable tècnica segueix essent al mateixa persona.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament d'Argentona

Recursos turístics

Argentona disposa de diferents recursos turístics que doten d'identitat a la vila, així com festivitats que atrauen a visitants de l'entorn. A continuació, es fa un resum dels diferents recursos agrupats en diverses categories.

Recursos naturals i paisatgístics

FONT PICANT

Aquest és un indret emblemàtic del poble on concorria gent de tota la comarca a fer-hi passejades i passar-hi els dies de lleure, tot gaudint de la seva aigua picant amb els típics anissos.

Descobertes les aigües mineromedicinales a mitjan segle XIX, es propicià la construcció del Balneari Prats. El 1900 es construeix el passeig que va cap a la font i el parc que l'envolta. I al lloc del balneari, es construeixen el xalet i la planta embotelladora de Manantial Burriach que funcionaria fins al 1976. El 2002 la font esdevingué municipal.

LES BROLLES DE L'ABRIL

Bosc més important del municipi d'Argentona, format per un conjunt de comunitats vegetals lligades a la complexitat de l'alzinar (comunitats relacionades dinàmicament, sèries de degradació), així podem trobar des de zones amb alzinar quasi pur, passant per alzinar barrejat amb pins, brolles arbrades i brolles. A l'estrat arbori trobem principalment pi pinyer, i alzina , amb roure martinenc, roure cerrioide, servera i arç blanc a les zones més obagues i humides. Als llocs més alterats hi domina l'arboç, el bruc boal, diverses estepes o la gatosa.

TURÓS DE LA CIRERA, DE MATA CABRES I DELS ORIOLS

Elevacions més destacades del terme municipal d'Argentona i que formen part del recorregut de diverses senderes i rutes.

PARC DE LA SERRALADA LITORAL

Pertany a la xarxa de Parcs Naturals de la Diputació de Barcelona. Es un espai natural protegit de 11.450 ha. situat entre 15 municipis de les comarques del Maresme i del Vallès Oriental. Cadena muntanyosa amb una altitud moderada que no sobrepassa els 600 m. La vegetació està dominada per arbres com el pi blanc, el pi pinyer i els roures.

Recursos culturals i patrimonials

MUSEU DEL CÀNTIR

Es un equipament museístic de nova generació, amb un discurs museogràfic actual, que conserva i difon una important col·lecció de més de 4.000 atuells per a l'aigua, la gran majoria càntirs de terrissa tradicional, que mostren un recorregut de quasi tres mil anys de creació de la humanitat, des de l'edat del bronze fins a l'art contemporani, amb diversos exemplars de Pablo Picasso.

A més de la col·lecció permanent, el museu dedica una planta a exposicions temàtiques sobre el món del càntir i una sala d'exposicions temporals d'artistes actuals.

La botiga ofereix publicacions, reproduccions de peces del museu i un ampli ventall de productes ceràmics.

CASA PUIG I CADA FALCH

La casa d'estiueig d'en Josep Puig i Cadafalch a Argentona. No es tracta d'una casa de nova planta, sinó de l'aprofitament de tres antics habitatges que el mateix arquitecte va ampliar i unir per convertir-los en un únic casal. La façana principal, a la banda del pati, presenta elements arquitectònics modernistes. També va incorporar-hi merlets, escultures i pintures d'estil modernista. Les façanes posteriors conserven finestrals gòtics.

ANTIC AJUNTAMENT

Edifici conclòs el 1693, propietat de la Seu (Catedral) de Barcelona, amb funcions de graner i celler dels seus dominis a Argentona. El 1877, a causa de la desamortització de Mendizábal, passà a ser municipal. Seu de les Escoles d'Ensenyament Elemental fins al 1931, quan el Consistori municipal es traslladà a aquest edifici fins al 1991.

CASA GÒTICA

Una de les primeres cases construïdes a l'entorn de l'església parroquial i restaurada i ampliada el 1534, tal com consta a la llinda de la finestra del primer pis, conserva els elements gòtics. Les tises de la dovella central fan referència a la família Badia, pagesos i sastres propietaris de la casa. El 1975 passà a ser municipal per donació del Sr. Joan Rector i Rigola.

ESGLÉSIA DE SANT JULIÀ

Les primeres notícies de la parròquia són del 1025. L'església, d'estil gòtic tardà, es consagrà el 1539, data inscrita a l'arquivolta de la porta. El campanar s'edificà el 1559.

Puig i Cadafalch reedificà el 1897 la capella del Sagrament, incorporant elements modernistes. Durant la Guerra Civil es van destruir el retaule de l'altar major, obra cabdal del gòtic català, i la trona renaixentista i també tots els altres altars.

ESGLÉSIA DE SANT SEBASTIÀ

L'Església de Sant Sebastià està situada al nord del poble, sobre un turonet de 100 m, ja que les esglésies en honor al sant pretenien evitar la pesta als pobles i ciutats i per això la seva posició. Les primeres notícies són del segle XVI, i va ser restaurada a mitjans del segle XX. Cada any es fa un ofici religiós, el 20 de gener, on es reparteixen sagetes i, des del 1981, hi ha un concert de la coral Llaç d'Amistat.

FONT DE SANT DOMINGO

El primer esment documental data del 1280. L'emplaçament original fou al davant del casal anomenat Ros de la font. Traslladada, segurament a inicis del segle XVIII, al lloc on la trobem actualment. Arran de carrer hi trobem la capella amb la imatge de Sant Domingo. El 4 d'agost es fa l'acte de benedicció de les aigües, tradició que té el seu origen en l'antic aplec de Sant Domingo, iniciat el 1636, en què la vila féu un vot de poble al sant per tal que protegís les aigües de l'epidèmia que afectava tot el país. Aquesta tradició ha donat lloc actualment a la Festa del Càntir d'Argentona, la qual es complementa amb una gran Fira Internacional de Ceràmica i Terrissa.

MUSEU DE LA PAGESIA <https://museu-pagesia.weebly.com/>

El Museu de la Pagesia d'Argentona permet conèixer els orígens del món rural. Situat en una antiga masia restaurada i amb un entorn privilegiat, és una nova proposta pedagògica que utilitza la imatge i les noves tecnologies per a conèixer la relació de l'aprofitament de la terra i l'home com a mitja de subsistència a través de la vida del pagès. Actualment aquest museu no està obert al públic.

COL·LECCIÓ DE PUNTES AMICS DE CONCEPCIÓ MORÉ <https://www.catalunya.com/>

Mostra dedicada a les puntes de coixí, una activitat artesanal que ha tingut una gran tradició a Catalunya des de fa segles i que té a Argentona alguns dels seus màxims exponents. Exposició: Diumenges i Festius de 10h a 13:30h.

PLAÇA NOVA – LA SALA

Plaça urbanitzada als antics horts de la rectoria d'Argentona. El 1883, on actualment hi ha la font, es construí un safareig que més tard passà a ser l'actual font pública, restaurada el 2012. El 1947 l'Ajuntament cedeix part de l'espai a la Hermandad Sindical de Labradores y Ganaderos, per a la construcció d'un teatre i sala d'espectacles, obra de l'arquitecte Miquel Brullet, el 1949.

CASTELL DE BURRIAC (Cabrera de Mar)

El Castell de Burriac és una emblemàtica fortalesa medieval situada al municipi de Cabrera de Mar, al Maresme, Catalunya. Aquest castell està situat al cim d'un turó a uns 401 metres sobre el nivell del mar, cosa que li proporciona una vista privilegiada sobre la costa del Maresme i els seus voltants. És un indret d'alt valor històric, arquitectònic i paisatgístic. Malgrat localitzar-se al municipi de Cabrera de Mar, té un fort simbolisme pels habitants d'Argentona, des d'on s'hi pot accedir a través de diverses rutes a peu i forma part del marc paisatgístic de la vila.

Itineraris i rutes

PAGINA WEB DE L'AJUNTAMNET

- Coneix Argentona

Aquesta ruta està pensada per fer una visita pels punts de més interès històrics i culturals del nucli urbà (edificis emblemàtics, modernistes i les fonts més properes al nucli).

- L'aventura de l'Ona a Argentona (Ruta modernista gamificada)

És una aventura per la vila, que té dues missions i 17 reptes. L'Ona és una jove d'Argentona a qui li ha arribat un encàrrec molt misteriós per resoldre. Vosaltres esdevindreu els ajudants que ella necessita per recuperar el càntir màgic trencat.

- Ruta pel castell de Burriac i turons de l'entorn

Ruta promoguda per l'Ajuntament d'Argentona que transcorre pel Turó dels Oriols, Burriac, les Banyadores, les Brolles de l'Abril, el torrent de Burriac i les fonts, el Castell de Burriac i la font del ferro. La ruta tant transcorre pel municipi d'Argentona com pel de Cabrera de Mar.

- Ruta Puig i Cadafalch (Mataró - Argentona)

Descobreix els principals edificis que l'arquitecte mataroní Josep Puig i Cadafalch va construir a la seva ciutat i a Argentona, la veïna població on estiejava.

L'Ajuntament d'Argentona i l'Ajuntament de Mataró realitzen conjuntament una ruta per visitar els espais més emblemàtics de l'arquitecte Puig i Cadafalch.

- Senders d'Argentona

L'Ajuntament d'Argentona presenta un recull de rutes de senders i itineraris per fer a peu o en bicicleta per Argentona i els seus voltants, i que ha reunit a la guia Senders d'Argentona i l'App Rutes de senderisme a Argentona (App Natura Local).

- o Rutes pels entorns de Lladó, Madà i el Cros: Turó dels Oriols, Burriac, de les Banyadores, les Brolles de l'Abril, el torrent de Burriac i les fonts, el castell de Burriac i la font del ferro.
- o Rutes pels entorns de Clarà: Font del Gavatx, font dels Castanyers d'en Cabot, font del Castanyer, font d'en Quico i font del Roure.
- o Rutes pels entorns de la pujada i Sant Jaume de Trajà: Can Comalada, torrent de la Comalada, font dels Plàtans de Can Castells, Can Castells, font de les Basses de Can Castells, roures africans de Can Castells, alzines del torrent de Can Castells.
- o Rutes pels entorns del veïnat de Pins: Pi de l'Espinal, font del llorer.

PAGINA WEB CONSORCI DE PROMOCIÓ TURÍSTICA COSTA DEL MARESME

Els tracks de les rutes que es detallen a continuació estan pujats a la pàgina web de Wikiloc.

- De Vilassar de Dalt a Mataró (senderisme i BTT)

L'Eix Central del Maresme és una ruta per etapes, tant en BTT com a peu, que uneix els municipis de Montgat i Malgrat de Mar a través d'un itinerari que ens convida a conèixer bona part dels pobles d'interior del Maresme. Aquest itinerari ofereix una combinació entre patrimoni natural, cultural i històric de la comarca del Maresme, amb unes constants vistes panoràmiques de la costa i l'interior del Maresme.

Municipis: Argentona, Cabrera de Mar, Cabrils, Mataró, Vilassar de Dalt.

- Castell de Burriac des d'Argentona (senderisme)

Aquest itinerari presenta una de les diverses ascensions que es poden fer al castell de Burriac, en aquest cas des d'Argentona. El castell de Burriac, per l'emplaçament que ocupa i per la seva dilatada història, s'ha convertit en un dels monuments més emblemàtics de la comarca.

Municipis: Argentona, Cabrera de Mar.

- Castell de Burriac per les Banyadores (senderisme)

Ruta familiar, tot i el fort pendent, que ens portarà per l'antic camí de pujada al Castell de Burriac, atalaia espectacular al Maresme i Barcelonès. Coneixerem els modelats granítics de la Serralada del Litoral, la seva fauna i flora i també alguna llegenda popular, com la de la Creu de l'Abella.

Municipis: Argentona, Cabrera de Mar, Cabrils.

- Ruta de les fonts Riera de Clarà (senderisme)

La concentració de fonts en aquesta ruta és sorprenent i ens serveix com a fil conductor per recórrer aquest atractiu vessant de les muntanyes d'Argentona properes a la riera de Clarà.

Municipis: Argentona.

- De Vilassar a Òrrius per la Mutua (BTT)

Itinerari circular que ens permet conèixer el Parc de la Serralada Litoral. El tram inicial gaudeix d'una pujada amb un desnivell força pronunciat. Ja en el punt més alt, a través de pistes fàcils i atractives, ens apropem a Òrrius des d'on buscarem la riera d'Argentona i la seva vall per fer del camí de tornada un camí més planer.

Municipis: Argentona, Cabrera de Mar, Cabrils, Òrrius, Vilassar de Mar.

- Entre el Maresme i el Vallès per Can Bordoï i Collsacreu (Ciclisme de carretera)

Municipis: Arenys de Munt, Argentona, Dosrius, Mataró, Sant Andreu de Llavaneres, Vilassar de Mar.

- De Mataró a Santa Coloma de Gramenet (BTT)

Magnífica travessa entre Mataró i Santa Coloma de Gramenet d'interès paisatgístic i arquitectònic, de traçat sinuós i perfil abrupte, amb moltes pujades i baixades. El recorregut travessa els parcs de la Serralada Litoral i de la Serralada de Marina.

Municipis: Alella, Argentona, Mataró, Premià de Dalt, Teià, Tiana, Vilassar de Dalt.

- Riera de Clarà – Pujolar (BTT)

Itinerari circular pels voltants d'Argentona amb un recorregut de gairebé 9 km i 252 metres de desnivell que inicia a l'aparcament del Nou Cementiri. En aquesta ruta destaquen diverses fonts d'aigua que es poden visitar durant el trajecte com la font del Gavatx, la dels Castanyers d'en Cabot, entre d'altres.

Municipis: Argentona.

- De Mataró a Argentona (cicloturisme)

Itinerari molt assequible d'anada i tornada entre els municipis de Mataró i Argentona.

Municipis: Argentona, Mataró.

- Santa Susanna - Mataró - Sant Celoni (ciclisme de carretera)

Municipis: Arenys de Munt, Argentona, Calella, Dosrius, Mataró, Pineda de Mar, Sant Andreu de Llavaneres, Sant Cebrià de Vallalta, Sant Iscle de Vallalta, Sant Pol de Mar, Sant Vicenç de Montalt, Santa Susanna.

- Ports del Maresme (ciclisme de carretera)

Aquesta ruta comença amb un agradable tram de 40 km al llarg de la costa, sense gairebé guanyos d'altitud, abans de portar-nos al coll de la Font de Cera, a través de les vinyes DO Alella, i pujar pel Coll de Sant Bartomeu, i de tornar a Calella per la costa.

Municipis: Alella, Argentona, Caldes d'Estrac, Calella, Canet de Mar, El Masnou, Mataró, Òrrius, Premià de Mar, Sant Pol de Mar, Vilassar de Mar.

Equipaments

A continuació es presenta una relació dels equipaments culturals i esportius.

- Camp Esportiu Municipal

Aquest equipament es troba ubicat a la Zona esportiva municipal Raül Paloma. És de gespa artificial i s'hi practica futbol, futbol americà i preparació física en general.

- Pavelló Esportiu Municipal

Aquest equipament es troba ubicat a la Zona esportiva municipal Raül Paloma. Consta de 2 pistes poliesportives, una de parquet i l'altra sintètica. S'hi pot practicar bàsquet, futbol sala, handbol, patinatge i preparació física en general.

- Piscina municipal

Aquest equipament es troba ubicat a la Zona esportiva municipal Raül Paloma. La nova piscina municipal compta amb un vas gran polivalent de 24,5x16 metres i una piscina infantil de 10x6 metres.

- Zona esportiva municipal de Can Raimí
- Zona esportiva municipal de Madà

Aquesta zona esportiva municipal consta dels següents espais esportius:
Pista de tennis exterior
Camp de sauló exterior

- Zona esportiva municipal de Les Ginesteres

Aquesta zona esportiva municipal consta dels següents espais esportius:
Pista poliesportiva exterior
Pista de frontó exterior
Zona infantil exterior
Zona de tennis de taula exterior

- Zona esportiva municipal de Sant Miquel del Cros

Aquesta zona esportiva municipal consta dels següents espais esportius:
Pistes de petanca exteriors

- Zona esportiva municipal Raül Paloma

Aquesta zona esportiva municipal consta dels següents espais esportius:
Pavelló esportiu municipal
Camp esportiu municipal
Pista poliesportiva exterior
Camp de sauló exterior
Pista d'skate exterior

- Arxiu municipal

L'Arxiu Històric i Municipal és un servei públic que garanteix l'accés a la informació dels ciutadans i les ciutadanes a la documentació que s'hi troba dipositada i que no estigui exclosa per restriccions legals o per estat de conservació.

Des de l'arxiu es realitzen funcions d'organització, tutela, gestió, descripció, conservació i difusió de documents i fons documentals.

- Biblioteca municipal

La Biblioteca Municipal Joan Fontcuberta i Gel és un servei públic i gratuït obert a tota la població des de l'1 de gener de 2014. Tots els documents són de lliure accés i consulta, i la majoria es poden emportar en préstec amb el carnet d'usuari que és gratuït. El Fons bibliogràfic està format per més de 24.000 títols. Cal destacar la col·lecció

de publicacions locals, així com l'hemeroteca, amb 25 títols de revistes i 4 de diaris. Podeu accedir al Catàleg en línia de la Biblioteca Municipal d'Argentona Joan Fontcuberta i Gel.

- Arxiu Històric Municipal dins la Casa Gòtica

Antiga seu del Museu del Càntir entre el 1975 i 1997. Des del 27 de setembre del 2003 acull l'Arxiu Històric Municipal i sala d'exposicions. Aglutina documents del segle XIII, inclou el fons de l'antiga entitat cultural l'Aixernador i un fons fotogràfic d'un miler d'imatges antigues. La planta baixa és una sala polivalent destinada a cursos, conferències i exposicions. El primer pis és l'espai de treball de l'arxiver (capacitat per 4 persones), hi ha la biblioteca de l'arxiu i el dipòsit de documents en uns armaris ignífugs; el segon pis és la seu administrativa del Museu del Càntir. Ajuda a l'estudi de la història del poble i a poder guardar documents històrics dels vilatans amb les condicions ideals. És juntament amb el Museu del Càntir un espai d'expressió artística dels artistes del poble i de la comarca.

- La Sala d'Argentona

La Sala d'Argentona és el principal equipament cultural del municipi. Es tracta d'un espai polivalent i modern amb capacitat per a 430 localitats, graderia de butaques retràctil i totes les comoditats, que compta amb una programació professional d'espectacles de teatre, música, dansa... així com representacions de La Xarxa d'espectacles juvenils i infantils. També acull diversos esdeveniments i activitats impulsades per les associacions i entitats d'Argentona.

Mercats, fires i comerços

- Mercat municipal

Argentona disposa d'un mercat municipal a la Plaça de Vendre. Malgrat la singularitat d'aquest espai actualment només hi ha un parada oberta. L'horari del mercat és de dilluns a dissabte de 8 a 13.30h. Es disposa d'una zona d'aparcament gratuïta per als clients a Can Doro.

- Mercat setmanal

Els mercats de venda no sedentària són una de les primeres formes de comerç que van existir a Argentona, al voltant de la qual es va estructurar el municipi i organització social. Avui en dia, continuen sent una activitat rellevant per la vida econòmica i social del municipi, així com un important element de dinamització comercial. Argentona, compta amb dos mercats setmanals:

- El mercat setmanal del centre històric: divendres al matí (43 parades)

- El mercat setmanal del veïnat del Cros: diumenge al matí (1 o 2 parades)

Així mateix, a Argentona també es celebren fires puntuals de producte artesà i gastronòmic:

- Fira-mercat de producte artesà de la festa major d'hivern: 2n. cap de setmana de gener
- Fira-mercat de producte artesà de la diada de la flor: 1er cap de setmana de juny
- Argentast: Fira de gastronomia local juntament amb la Do Alella
- Enotast: tast de vins DO Alella, durant la Diada de la Flor.

D'altra banda, Argentona es distingeix pel seu petit comerç, amb diversos establiments centenaris que han passat de generació en generació. Alguns d'ells elaboren i comercialitzen productes locals de gran qualitat, reconeguts amb diversos premis. És el cas del Forn de Pa Can Moré, la Carnisseria Can Valls i la botiga Coll Moda, tots tres reconeguts com a establiments centenaris per la Generalitat de Catalunya. A més, alguns comerços han estat premiats per la seva excel·lència en productes específics, com el Forn Can Cases, guardonat pel seu pa de pagès, o la Carnisseria Can Valls, que ha rebut un premi per la seva botifarra d'ou artesana.

Una part destacada del sector comercial s'organitza al voltant de l'Associació de Comerços i Serveis Argentona es Mou, que promou i dinamitza el comerç local.

Esdeveniments i festes

Argentona compta amb un ampli calendari festiu, amb nombroses activitats i propostes lúdiques i culturals. El segon cap de setmana de gener es celebra la Festa Major de Sant Julià i a principis d'agost, coincidint amb la festivitat de Sant Domingo, la Festa Major d'estiu en honor a Sant Domingo. Sense cap mena de dubtes la fira més important del municipi és la Fira Internacional de Ceràmica i Terrissa, que organitza el Museu del Càntir el primer cap de setmana de juliol. El Carnestoltes, la Diada de la Flor, el Dia Internacional de la Música o del Teatre són cites també molt destacades en el calendari festiu d'Argentona.

GENER

- Cavalcada de Reis
- Festa Major d'hivern

FEBRER

- Festa de Carnestoltes

MARÇ

- Dia Internacional de la Dona
- Dia internacional Poesia
- Dia Internacional Teatre

ABRIL

- Sant Jordi: Fira del Llibre i de la Rosa i Mostra Literària
- Mostra d'Entitats

MAIG

- Festival Sense Portes

JUNY

- Diada de la Flor
- Festa Major de Madà
- Dia Internacional Música
- Revetlla de Sant Joan i Arribada Flama del Canigó
- Dia LGTBI

JULIOL

- Fira Internacional de Ceràmica i Terrissa

AGOST

- Festa Major de Sant Domingo
- Festa del Càntir

SETEMBRE

- Diada Nacional de Catalunya
- Festa d'Homenatge a la Vellesa
- Festa Major St Miquel del Cros

NOVEMBRE

- Dia internacional contra la violència envers les dones

DESEMBRE

- Arribada dels Missatgers Reials

Allotjaments

A la web de l'ajuntament hi trobem set allotjaments amb llicència HUTB (habitatges d'ús turístic)

Casa Carrer Puig

Villa Cycas
Casa Carrer Soleia
Casa Destins
Can Pau Brut
Casa Avinguda Espanya
Casa Sud Argentona

Restauració

Segons dades de l'Ajuntament, actualment a Argentona hi ha un total de 38 bars i restaurants.

Wolf Argentona
Bar El Cros
Bar Avenida
El Gamberru
La Granja.Com
La Torreta
Rapid Ferrans Gastrobar
Cesar Diaz
Bar Turó Braseria
Pizzeria Peperoni
Restaurant El Celler d'Argentona
Pizzeria Burriac
Bar Crismi
Can Cachi
La Cruïlla
La Nova Fonda
Xalavia
Rostisseria Can Doro
Tastets
Bon Appétit Argentona
Bar Laura
Masia Can Ribosa
9odon
Restaurant Atahualpa
Masia Els 4 Relotges
El Centru / El Veloz
Beerburg
La Tasqueta D´ Argentona
Bar El Molí
Garden Pizza Argentona

Bar El Maño
Bar Restaurant El Loro
La Cuineta D´Argentona
Frankfurt La Plaza
Bar Wei Li
Bar La Plaça
Kebab
Catering Mireia Rovira

Empreses d'activitats

XALOC VIATGES

Agència de viatges des de fa més de vint anys. Viatges a mida (esportius, d'aventura, culturals). Gestió de viatges d'Empresa. Bitlletatge i Reserva d'Hotels.

HÍPICA CLARÀ

La Granja Hípica Clarà és un centre eqüestre situat en un entorn natural privilegiat, envoltat per les muntanyes de la Serralada Litoral, al Veïnat de Clarà nº15, Ctra. Òrrius-Argentona BV-5106, 08310 Argentona, Barcelona.

Serveis que ofereix:

- Clases d'equitació: Impartides per a diferents nivells i edats, incloent disciplines com doma i salt.
- Ensinistrament de cavalls: Preparació i entrenament de cavalls per a diverses disciplines eqüestres.
- Preparació per a competicions: Assessorament i entrenament per a genets i cavalls que participen en competicions.
- Sessions de lideratge i teambuilding amb cavalls: Activitats dirigides per Peter van Dommele, enfocades a desenvolupar habilitats de lideratge i treball en equip, adreçades a empreses i grups.

ESQUIS FRUITS - CAN PINS

Esquis Fruits - Can Pins és una explotació agrícola familiar situada al Veïnat de Pins, 17, a Argentona, Barcelona. Les seves activitats i serveis principals són:

- Agricultura ecològica: Cultiven una àmplia varietat de verdures i hortalisses de temporada, com enciams, bròquils, alls tendres, cebes tendres, mongetes, raves, bledes, així com calçots i carabasses.

- Venda directa i lliurament a domicili: Ofereixen els seus productes frescos i saludables directament als consumidors, amb servei de lliurament a domicili.
- Mercats setmanals: Participen en mercats locals a Òrrius i Sant Pere de Vilamajor, on comercialitzen les seves verdures de temporada juntament amb altres productes.
- Visites guiades i activitats educatives: Organitzen visites per a famílies i grups, oferint l'oportunitat de conèixer el món de la pagesia, participar en tasques agrícoles i interactuar amb els animals de la granja, com gallines, ànecs, oques, ovelles i cavalls.
- Celebració d'aniversaris: Ofereixen espais i activitats per a la celebració d'aniversaris en un entorn natural i educatiu.

Esquis Fruits - Can Pins destaca pel seu compromís amb l'agricultura ecològica i la sostenibilitat, així com per la seva implicació en projectes amb compromís social, oferint ocupació a persones de centres especials d'ocupació per a tasques de manteniment de camins i marges.

LA MASIA CAN PAU

La Masia Can Pau és una masia històrica que ofereix:

- Espais per a esdeveniments: Can Pau disposa de diversos espais exteriors amb encant rústic, ideals per a la celebració de casaments, esdeveniments corporatius, formacions, presentacions, team buildings, workshops i tallers.
- Organització de casaments: Ofereixen serveis personalitzats per a casaments al camp, amb la possibilitat de celebrar cerimònies a l'aire lliure envoltats de natura. A més, proporcionen accés als millors proveïdors del sector per assegurar que cada celebració sigui única.
- Esdeveniments corporatius i team building: Can Pau és l'espai perfecte per a empreses que busquen un entorn rural per a reunions, activitats de team building o jornades d'incentius, amb àrees de treball i recreatives tant per a l'estiu com per a l'hivern.

CELLER CASTAÑÉ

El Celler Castañé és una botiga especialitzada en vins i licors situada que ofereix:

- Club de vins: Amics del vi natural: Una comunitat per als amants del vi natural, on es comparteixen experiències i coneixements sobre vins ecològics i biodinàmics.

- Zona de degustació: Un espai on els clients poden gaudir de tastos de vins a copes, maridats amb formatges, embotits o foie, oferint una experiència gastronòmica completa.
- Cates i maridatges: Organització de sessions de tast i maridatge per descobrir les combinacions perfectes entre vins i aliments, dirigides tant a particulars com a empreses.
- Barrils de vi a granel: Disposen de bótes centenàries de castanyer de més de 900 litres, oferint vins blancs, rosats i negres a granel. Durant els mesos d'octubre a desembre, també ofereixen vi jove de l'any, caracteritzat per la seva suavitat, lleugeresa, notes afruitades i un toc de carbònic.
- Licors i destil·lats: Una àmplia selecció de licors i destil·lats de diverses parts del món, complementant l'oferta vinícola.

Associacions

Les associacions que s'han recollit en l'inventari són les vinculades amb activitats culturals del municipi o potencialment relacionades amb el turisme.

- Vols per a tothom <https://volsperatothom.cat/>

Es dedica a promoure i facilitar que les persones amb mobilitat reduïda, puguin gaudir i practicar el vol amb avioneta, parapent i paramotor.

- Amics de Josep Puig i Cadafalch <https://www.amicspuigicadafalch.cat/>

L'Associació Amics de Josep Puig i Cadafalch neix amb la voluntat clara de difondre la seva tasca a tot Catalunya i encara més enllà.

- Amics del Museu del Càntir d'Argenton <https://amicsdelcantir.wordpress.com/>

Els Amics del Museu del Càntir col·laboren amb el museu en l'organització de la Festa del Càntir el dia de Sant Domènec (el 4 d'agost), especialment en la "posta" de càntirs, els jocs infantils a l'entorn del càntir i l'Aixecada de càntirs. També col·laboren en la compra i donació d'exemplars històrics per a les col·leccions del museu i participen en els òrgans de govern del Patronat.

- Associació Cultural Amics de la Vinya i el Vi
- Associació Museu de la Pagesia
- Centre d'Estudis Argentonins Jaume Clavell <https://cea.cat/>

El Centre d'Estudis Jaume Clavell d'Argentona és una associació oberta a la participació dels estudiosos i de totes les persones relacionades i interessades amb la preservació, recerca i difusió del patrimoni cultural i natural d'Argentona.

- Col·lecció de puntes Amics de Concepció Moré <https://www.catalunya.com/>

Mostra dedicada a les puntes de coixí, una activitat artesanal que ha tingut una gran tradició a Catalunya des de fa segles i que té a Argentona alguns dels seus màxims exponents.

- Grup de Muntanya d'Argentona <https://gmargentona.com/>

Darrerament s'ha incorporat al grup de muntanya una colla de joves dels Burriac Runners i Burriac Bikers, que han ajudat a donar més vitalitat i a mantenir la cursa anual Burriac-Xtrem com l'activitat puntera de l'entitat.

- Associació Grup de Fonts d'Argentona <https://cea.cat/grupdefonts/>

El Grup de Fonts d'Argentona fa un treball de recerca i restauració de totes les fonts i naixements d'aigua que hi havia hagut a Argentona.

- Natura, naturalistes del Maresme <https://naturamaresme.blogspot.com/>

Entitat per a la conservació, protecció i millora de la natura. Treballa en l'educació ambiental i en la gestió d'espais naturals protegits amb acords de custòdia del territori.

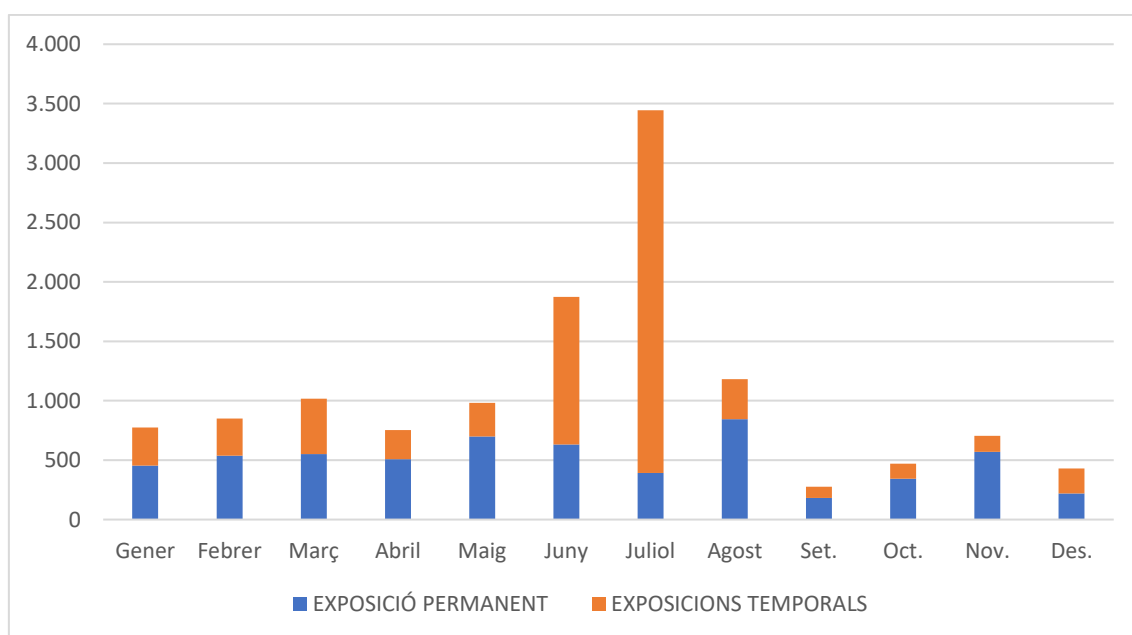
- Associació de comerços i serveis Argentona es mou

Compromesos a proporcionar una experiència de compra satisfactòria i oferir productes i serveis de primera qualitat. Promoció i dinamització de la vila.

Demanda turística

Fins ara, disposem de poques dades específiques sobre la demanda turística al municipi d'Argentona que permetin obtenir una visió global del nombre de turistes i visitants actuals. No obstant això, gràcies a la col·laboració del Museu del Càntir, hem pogut accedir a les dades de visitants del museu, que constitueixen una mostra significativa per entendre l'afluència de persones al municipi.

Segons les dades de l'any 2023, el Museu del Càntir va rebre un total de 12.757 visitants, dels quals 6.827 van acudir a exposicions temporals i 5.930 a les exposicions permanents. Tal com es reflecteix en el gràfic següent, el mes amb més afluència va ser el juliol, gràcies, en gran part, a l'interès generat per l'exposició temporal en curs. De manera similar, el mes de juny també va registrar un volum significatiu de visitants, motivat principalment per l'atractiu de les exposicions temporals. Segons informen els responsables tècnics del Museu del Càntir, la procedència de principal dels visitants és dels municipis de la comarca i de l'entorn, així com de l'àrea de Barcelona. No obstant això, també reben visitants d'altres zones de Catalunya l'Estat Espanyol, així com visitants europeus, especialment francesos.

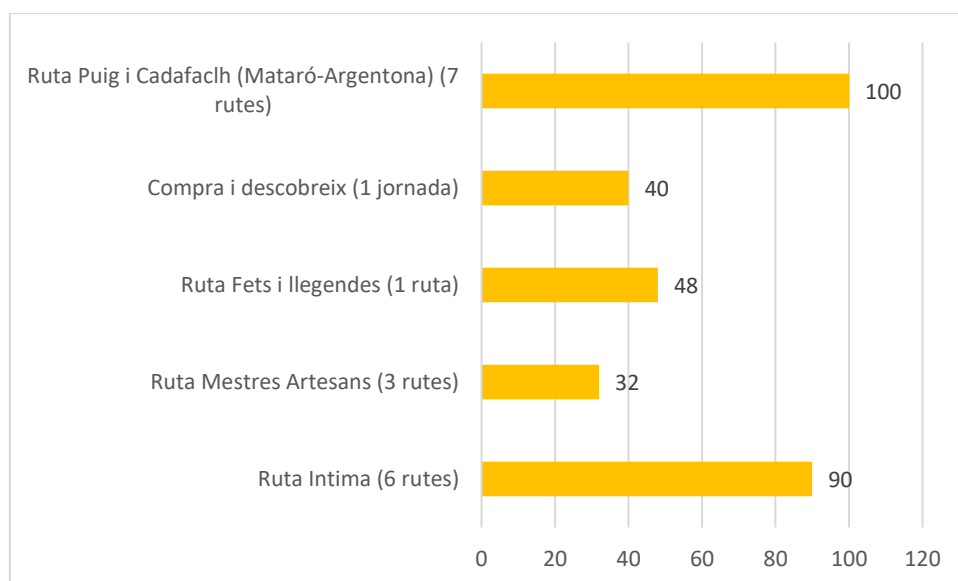


Gràfic 1. Font: elaboració pròpia a partir de dades del Museu del Càntir.

Així mateix, si analitzem l'evolució dels visitants del càntir al llarg dels anys, s'observa que l'any 2023, amb 12.757 visitants marca un inici de la recuperació de les xifres que hi havia abans de la pandèmia de la covid-19. No obstant això, encara s'està lluny dels 15.754 visitants assolits l'any 2002.

Per altra banda, l'Ajuntament d'Argentona ha facilitat les dades d'assistència a les rutes organitzades durant l'any 2024, amb un total de 310 persones que hi han participat. Entre totes les rutes, destaquen clarament la Ruta de Puig i Cadafalch i la Ruta Íntima, que han estat les que han atret més participants (100 i 90 participants respectivament). És important destacar que aquestes dues rutes s'han realitzat en 7 i 6 ocasions, respectivament.

D'altra banda, la Ruta de Fets i Llegenda, tot i haver-se organitzat només una vegada, ha aconseguit reunir fins a 48 participants, demostrant un gran interès. Així mateix, la jornada especial Compra i Descobreix també ha tingut un notable èxit, amb 40 participants en una única edició. Aquestes dades posen de manifest l'atractiu de les activitats organitzades i l'interès de la ciutadania per participar-hi.



Gràfic 2. Font: Ajuntament d'Argentona. Nº d'Assistents a les rutes promogudes per l'Ajuntament d'Argentona.

La darrera dada que tenim d'assistència de visitants a Argentona fa referència a la cursa Burriac Xtrem. Malgrat no tenir dades precises obtingudes d'algun procés d'inscripció. Des del Grup de Muntanya d'Argentona se'ns indica que per a l'edició de l'any 2024 han participat a l'entorn d'uns 800 corredors.

4. VALORACIÓ DE L'IMPACTE DEL TURISME PER PART DELS AGENTS TURÍSTICS

Resultat de les entrevistes

Per comprendre la visió dels agents del territori sobre l'estat actual del desenvolupament turístic a Argentona, s'han realitzat 8 entrevistes en profunditat amb representants d'entitats culturals, comercials, empreses locals i associacions esportives. Aquestes entrevistes s'han dissenyat amb una estructura temàtica per garantir una anàlisi integral de la situació actual i explorar les perspectives de futur.

En la primera part de l'entrevista, s'ha abordat l'origen i el rol de les respectives empreses o institucions, recollint dades específiques sobre la seva activitat, com la tipologia de clients o el nombre de visitants. Aquesta informació permet identificar l'estat actual del desenvolupament turístic del municipi.

La segona part s'ha centrat en el grau de coneixement i implicació dels entrevistats respecte a les actuacions municipals en matèria de turisme, així com en el nivell de col·laboració públic-privada i entre agents privats. Aquest apartat busca valorar la cooperació entre els actors turístics del municipi i l'existència d'estructures de governança turística.

Finalment, s'ha dedicat un bloc específic a explorar la imatge del municipi des del punt de vista dels entrevistats. En aquest apartat s'ha aprofundit en aspectes com els elements més i menys valorats pels visitants, l'estat de les infraestructures turístiques, els trets identitaris d'Argentona i la seva presència en l'oferta turística, el treball en xarxa i el grau de sostenibilitat de les actuacions turístiques.

Per concloure, s'ha plantejat una pregunta clau a tots els entrevistats: si consideren que Argentona hauria d'esdevenir un municipi turístic, donant-los l'oportunitat d'expressar les seves opinions sobre el model turístic que creuen més adequat per al municipi.

Les entrevistes han inclòs una varietat d'agents clau d'Argentona, des d'associacions culturals fins a empreses locals de serveis i restauració. Les principals categories identificades inclouen:

- **Entitats culturals i patrimonials:** El Museu del Càntir i l'Associació Amics d'en Puig i Cadafalch destaquen per promoure el patrimoni local.
- **Associacions comercials i de serveis:** ACIS Argentona, amb un fort èmfasi en el comerç de proximitat.

- **Empreses de restauració i producte local:** Exemples com el Restaurant Atahualpa i Can Valls reflecteixen l'esforç per mantenir la singularitat local.
- **Entitats esportives i de natura:** El Grup les Fonts i el Grup de Muntanya ofereixen activitats centrades en l'entorn natural.

Entitat, ens o empresa	Persona/es
Museu del Càntir	Fina Carreras
ACIS Argentona (Associació de Comerç i Serveis)	Maite i Maria
Associació Amics d'en Puig i Cadafalch	Oriol Calvo
Grup les Fonts	Pep Padrós
Can Valls (Producte Local)	Laia Valls
Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme	Eva Esplugues
Restaurant Atahualpa	Gustavo Martínez
Grup de Muntanya	Susanna Castellà

Al llarg de les entrevistes s'han mencionat aspectes coincidents en la majoria dels entrevistats que posen de relleu necessitats del sector turístic i del conjunt del sectors econòmics de la vil·la. Seria les següents:

- La manca d'aparcament i d'allotjaments adequats limita el desenvolupament turístic.
- Falta de comunicació i col·laboració efectiva entre el sector públic i privat.
- Especialment en oficis tradicionals i sectors com la restauració.

ACTUACIONS

A l'hora de valorar les actuacions i iniciatives impulsades tant des de l'àmbit públic com privat, els entrevistats destaquen positivament l'existència d'activitats en àmbits diversos com la cultura, la natura i la gastronomia. Alhora, mostren una actitud molt proactiva, aportant idees i propostes per reformular les actuacions actuals i dissenyar-ne de noves que s'ajustin millor a les necessitats i potencialitats del municipi.

- **Promoció cultural i patrimonial:**
 - El Museu del Càntir, amb la seva exposició permanent i activitats relacionades amb el Festival Internacional de la Ceràmica, és vist com un pilar fonamental per a la identitat d'Argentona. Els entrevistats

destaquen, però, la necessitat de reforçar la seva projecció amb campanyes de comunicació i accions coordinades amb altres entitats culturals.

- La ruta de Puig i Cadafalch i les Fonts té el potencial de convertir-se en un referent, però els entrevistats assenyalen que es necessiten recursos per millorar la senyalització i el manteniment de les zones naturals implicades.

- **Esdeveniments puntuals:**

- Fires com Argillà Argentona han estat destacades com una oportunitat per generar afluència de visitants. Els participants recalquen que seria beneficiós integrar aquestes activitats amb la restauració i el comerç local, per exemple, mitjançant l'oferta de menús especials o paquets turístics.
- Es planteja la possibilitat de revitalitzar esdeveniments tradicionals amb un enfocament innovador, com ara incorporar rutes guiades temàtiques o experiències interactives que permetin connectar els visitants amb la història i la cultura local.

- **Col·laboració i capacitat:**

- Les iniciatives com el Passaport Museu i la participació en taules sectorials han estat ben rebudes, però els entrevistats insisteixen en una major implicació de l'Ajuntament per liderar aquestes accions. Es suggereix ampliar la formació orientada a la sostenibilitat i el servei al client, especialment en el sector de la restauració i l'hostaleria.

- **Innovacions en experiències turístiques:**

- Els entrevistats han proposat la creació de packs turístics que integrin activitats culturals, naturals i gastronòmiques, destacant la importància de promoure'ls en mercats de proximitat.
- Es plantegen iniciatives com experiències de gamificació en entorns naturals o culturals, com rutes interactives per a famílies.

Malgrat aquestes iniciatives, molts entrevistats coincideixen que falta lideratge estratègic i que no s'estan aprofitant prou recursos externs, com els Fons Next Generation, per dinamitzar el municipi.

IMATGE DEL MUNICIPI

En relació a la imatge del municipi, els entrevistats coincideixen que Argentona és reconeguda per la seva riquesa cultural i natural, amb elements com el Museu del Càntir, les fonts i el patrimoni modernista. Tanmateix, destaquen la necessitat de reforçar aquesta imatge amb accions de comunicació més efectives i una major visibilitat en mercats externs. Alguns entrevistats han subratllat que el poble projecta una imatge positiva gràcies a la qualitat de vida i l'entorn, però alerten sobre la deixadesa de l'espai públic i la manca de serveis bàsics per als turistes.

Adaptació del territori: Els principals reptes identificats inclouen:

- **Millora d'infraestructures:** La manca d'aparcament al centre és percebut com un dels obstacles més grans. Alguns entrevistats suggereixen habilitar aparcaments dissuasius a les afores del municipi amb bones connexions a peu o amb transport públic.
- **Transport públic:** La connexió amb Barcelona i altres municipis del Maresme es considera insuficient. Els entrevistats recomanen reforçar la xarxa de transport públic amb més freqüències i millor coordinació.
- **Allotjament turístic:** La manca d'oferta d'allotjaments és una barrera important per atraure turistes. Tot i que són conscients que la creació de places hoteleres no depèn de l'Ajuntament si que proposen altres opcions com zones per a caravanes.

Singularitat: Els entrevistats coincideixen que els elements més identitaris d'Argentona són el càntir, el modernisme i l'entorn natural. Algunes de les propostes concretes que aporten per reforçar aquesta singularitat inclouen:

- **Casa Puig i Cadafalch:** La seva museïtzació i obertura al públic es veu com un projecte clau per potenciar l'atractiu cultural del municipi.
- **Fira del Càntir:** Ampliar la seva projecció nacional i internacional amb accions de comunicació més ambicioses i integrades.
- **Promoció del comerç local:** Es destaca la necessitat de donar suport als comerços emblemàtics per preservar la identitat local.

Innovació en les experiències: La creació de paquets turístics que combinin visites culturals, activitats a la natura i gastronomia és vista com una oportunitat estratègica. Alguns exemples destacats pels entrevistats inclouen:

- Rutes guiades temàtiques, com la ruta de les fonts o rutes modernistes.
- Experiències gastronòmiques centrades en el producte local, com tastos de vins i menús especials amb productes autòctons.

- Programes de turisme familiar, aprofitant l'entorn segur i tranquil del municipi.

Gestió de la destinació i treball en xarxa: Els entrevistats reclamen una major coordinació entre el sector privat i públic. Es proposa:

- Creació d'una entitat mixta per gestionar la destinació turística amb un enfocament integral.
- Treballar en xarxa amb altres municipis del Maresme per desenvolupar productes turístics regionals.
- Fomentar la participació dels agents locals en la presa de decisions estratègiques.

Sostenibilitat: El municipi ha de reforçar les seves accions en sostenibilitat, aprofitant les seves infraestructures naturals i millorant l'eficiència energètica dels espais públics. Alguns entrevistats suggereixen mesures com:

- Implantar sistemes de reciclatge més eficients en esdeveniments i activitats turístiques.
- Desenvolupar projectes de conservació i recuperació d'espais naturals emblemàtics.
- Fomentar l'ús d'energies renovables en les instal·lacions municipals.

Argentona com a municipi turístic? Hi ha un ampli consens que Argentona té potencial per ser un municipi turístic, però es recalca la importància de fer-ho de manera controlada i sostenible. Es prioritza un turisme cultural i de natura amb una aposta clara per un model de qualitat que respecti la identitat local i eviti la massificació. Els entrevistats també consideren clau atraure un públic familiar i sènior, aprofitant els recursos naturals i culturals del municipi.

Resultat del taller participatiu Visió de Futur - Dinàmica de DAFO

Per tal de poder incorporar la visió de tots els agents amb implicació turística d'Argentona, el 23 de gener de 2025 es va realitzar un taller participatiu dirigit al sector turístic. Durant aquest taller, es van dur a terme dues dinàmiques, una primera amb l'objectiu de dur a terme un anàlisi de l'estat de la qüestió del desenvolupament turístic a Argentona i, una segona dinàmica de definició d'accions concretes. A continuació es presenten els resultats de la primera dinàmica, els quals,

juntament amb els resultats de les entrevistes i els aportacions del Comitè Tècnic, són recollides per a realitzar la DAFO.

Entitat, ens o empresa	Persona/es
Grup les Fonts	Pep Padrós
Can Valls (Producte Local)	Laia Valls
Restaurant Atahualpa	Gustavo Martínez Maribel Gómez Hernandez
Grup de Muntanya	Susanna Castellà
Can Pins	Maria Esquins Celia Esquins
Amics d'en Puig i Cadafalch	Carme Català
Coll Moda	Àngels Espelt
Consorci Costa Barcelona Maresme (tècnic Consorci)	Ferran Cirac
Frankfurt Can Cachi	Josep Maria Cachinero Katia Lorena Veloz
Masia Can Pau	Francesca Subirats
ACIS	Maite Sánchez Maria Antonia Gómez
Bon apetit cafeteria	Sonia Requena
Entitat Xarxa	Martí López

Als participants al taller se'ls va demanar que (amb poques paraules) responguessin a dues preguntes:

- Quins són els punts forts d'Argentona
- Quins són els punts febles d'Argentona

Les respostes les havien de donar a través d'una App mòbil i s'anaven veient projectades a la sala. Els resultats van ser els següents.

Com a punts forts els dos elements clau que van sortir van ser la cultura i l'entorn natural. En aquest sentit la cultura va ser mencionada com a element genèric però també fent esment a recursos com el Museu del



1. Resultat de la pregunta "Quins són els punts forts d'Argentona?"

Càntir, el Modernisme o el castell de Burriac. Així mateix, l'entorn natural va ser mencionat com a element genèric però també destacant aspectes com les fonts, el clima, i l'ecologia. Altres aspectes forts d'Argentona que van fer esment els participants van ser la bona situació geogràfica, així com els equipaments esportius. Per últim van ser mencionats com a punts forts de la vila els productes locals, l'artesanía i la gastronomia.

Pel que fa als punts negatius, es va fer patent un gran consens en relació a la



necessitat de millorar aspectes relacionats amb la mobilitat i la qualitat urbana. Així doncs, els temes més mencionats van ser la manca d'aparcament i la manca de manteniment de la qualitat urbana. En aquest darrer punt, es va fer esment concret al mal estat dels

2. Resultat a la pregunta "Quins són els punts febles d'Argentona?"

carrers, la manca d'enllumenat, l'abandó de les fonts urbanes o de la plaça de vendre. També van destacar altres aspectes de la mobilitat més enllà de l'aparcament com seria la manca de transport públic, la mala circulació o l'excés de vehicles privats al centre de la vila.

5. ANÀLISI DAFO D'ARGENTONA

Com a resultat de les reunions amb l'ajuntament, les entrevistes realitzades als principals actors de la vila i la dinàmica participativa amb els ciutadans, s'ha definit una diagnosi en base a l'eina metodològica DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats).

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

Fortaleses

ORDENACIÓ DEL TERRITORI I MOBILITAT

- Bona localització pròxima a Barcelona i a vies de comunicació importants com són l'AP-7.
- Bones connexions per carretera amb els municipis veïns.

INFRAESTRUCTURES I EQUIPAMENTS TURÍSTICS

- Municipi amb una densitat de població moderada, entorn tranquil i segur, ideal per a famílies amb nens.
- Equipaments esportius de qualitat i amplis.
- Teatre la Sala amb una programació d'arts escèniques de qualitat.
- Presència de carrils bici.

OFERTA, RECURSOS TURÍSTICS I MODEL TURÍSTIC

- Museu del Càntir amb una col·lecció única, activitats vinculades al càntir i adaptat a persones amb discapacitat visual.
- Casa Puig i Cadafalch com a símbol del modernisme català.
- Gastronomia i productes locals i artesanals destacats.
- Xarxa de petit comerç consolidada amb comerços emblemàtics.
- Fonts emblemàtiques com la Font Picant i d'altres amb història local i potencial turístic.
- Fires com la Fira Internacional de Ceràmica i Terrissa, que atreuen un públic especialitzat.
- Esdeveniments culturals puntuals amb gran capacitat d'atracció de visitants (Festival Sense Portes, Diada de la Flor i Festa Major d'estiu).
- Xarxa de camins amb rutes culturals i naturals promogudes per l'Ajuntament i altres entitats (Grup les Fonts i Grup de Muntanya)
- Espai natural forestal que ocupa més del 60% del territori municipal i fons escènic paisatgístic emblemàtic amb el castell de Burriac.
- Proximitat a altres municipis del Maresme amb atractius turístics complementaris.
- Presència del Parc de la Serralada Litoral amb rutes senyalitzades.
- Rutes guiades impulsades des de l'Ajuntament (modernista, història, gastronomia i natura).

DEMANDA I PROMOCIÓ TURÍSTICA

- Presència de dos Punts d'Informació Turística de la Diputació de Barcelona (al Museu del Càntir i a l'Ajuntament).
- Recursos modernistes de la vil·la estan integrats en la promoció turística del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.
- Rutes digitalitzades dins l'App Natura Local

SINGULARITAT I IDENTITAT

- Municipi amb tres elements identitaris molt clars com són el modernisme, la ceràmica (el càntir) i les fonts.

COOPERACIÓ I TREBALL AMB XARXA

- Associacions culturals, esportives i comercials implicades en la dinamització local.

Oportunitats

ORDENACIÓ DEL TERRITORI I MOBILITAT

- El POUM municipal inclou una reserva de sòl destinada a possibles usos hotelers.
- Ampliació horària del servei de busos.

INFRAESTRUCTURES I EQUIPAMENTS TURÍSTICS

- Previsió d'obertura al públic de la Casa Puig i Cadafalch com a atractiu turístic de rellevància supramunicipal.
- Aposta per l'ampliació i millora de carrils bici.

OFERTA, RECURSOS TURÍSTICS I MODEL TURÍSTIC

- Recursos diversificats que permeten crear una oferta turística combinada (natura, cultura, gastronomia).
- Possibilitat d'atreure públic familiar i sènior amb una oferta de qualitat gràcies a la diversitat de recursos.
- La riera d'Argentona com a espai per potenciar l'ús turístic de la bicicleta.
- Represa/adaptació de l'antic projecte de ruta gamificada modernista l'Ona d'Argentona.

DEMANDA I PROMOCIÓ TURÍSTICA

- Creixent demanda del turisme de proximitat, slow, de natura i sostenible, vinculat a una adopció creixent d'hàbits saludables (vida activa, alimentació saludable, connexió amb la natura per "desconnectar")
- Ús de campanyes digitals per posicionar Argentona com a destinació singular.
- El Consorci de Promoció Turística del Maresme té línies estratègiques i actuacions ben definides i treballades a les quals integrar-se.
- Bon posicionament de la comarca del Maresme vers el Turisme Familiar (Adhesió de la comarca al segell Turisme Familiar de l'ACT).
- Millor coneixement dels mercats a través de Big Data i els observatoris de dades com l'Observatori de Qualitat Turística del Maresme, LABTurisme de DiBa o els Indicadors Claus de l'Activitat Turística de l'ACT.
- Creixement de nous mercats com el col·lectiu silver o persones jubilades actives.
- Recuperació del segell "Ciutat Amiga de la Infància" d'UNICEF, per artaure turisme familiar.
- Recuperació absoluta del turisme com a activitat essencial entre la societat dels països desenvolupats, després de la Covid 19.

SINGULARITAT I IDENTITAT

- Augment de la demanda d'experiències úniques i personalitzades.

COOPERACIÓ I TREBALL AMB XARXA

- Voluntat per part del sector turístic de crear sinergies entre si (comerç local, la restauració, empreses d'activitats).
- Accés a fons de finançament externes com les subvencions Next Generation, el catàleg de serveis de la DiBa o altres, per finançar projectes, millorar la infraestructura i la promoció turística.
- Participació en accions conjuntes amb altres municipis, com rutes comarcals o esdeveniments col·laboratius.
- Sector comercial amb un Pla Estratègic específic redactat.
- Impuls i ampliació de les iniciatives col·laboratives amb la DO Alella.
- Incrementar la col·laboració per part de l'Ajuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.

Debilitats	Amenaces
ORDENACIÓ DEL TERRITORI I MOBILITAT • Manca d'aparcament, especialment al centre del municipi. • Connexió insuficient amb transport públic entre les urbanitzacions i el centre, en relació als municipis propers i cap a Barcelona. • Percepció entre el sector de l'existència d'una manca de qualitat urbana general (mal estat dels carrers i brutícia). • Progressiva pèrdua de qualitat urbana en espais concrets del nucli (com la Plaça de Vendre) i degradació gradual d'alguns sectors de l'entorn natural proper (com la Font Picant). INFRAESTRUCTURES I EQUIPAMENTS TURÍSTICS • Absència de places hoteleres o càmpings. • Dependència exclusiva dels Habitatges d'Ús Turístic (HUTs). • Manca de carrers per a vianants. • Senyalització de rutes i punts d'interès insuficient o poc clara. • Manca d'espais de jocs per a infants en l'espai natural. OFERTA, RECURSOS TURÍSTICS I MODEL TURÍSTIC • Manca d'oferta turística que combini els diferents recursos del municipi. • Baixa implementació de solucions digitals en l'oferta turística: poc ús de plataformes com Wikiloc o gamificació digital en rutes i activitats. • Manca d'estructuració clara de l'oferta de rutes existents al municipi (diferents entitats promouen diferents rutes i la informació es troba dispersa (ajuntament, grup les fonts, Consorci de Promoció Turística del Maresme). • Molt poques empreses d'activitats treballant en el municipi. • Sector comercial/activitats amb baix nivell de digitalització, especialment sistema de reserves/comercialització online. DEMANDA I PROMOCIÓ TURÍSTICA • Baixa visibilitat en mercats internacionals i en la web de Turisme del Maresme. • Absència d'una estratègia comunicativa potent que destaquï els punts forts del municipi. • Manca d'una web de turisme de l'Ajuntament que aglutini recursos i serveis. • XXSS de promoció turística poc dinàmiques. SINGULARITAT I IDENTITAT COOPERACIÓ I TREBALL AMB XARXA • Estructura de recursos humans i pressupostaria petita per a la gestió i promoció del turisme. • El projecte 4 Ribes no ha contemplat el turisme com a sector estratègic. • Absència d'una entitat específica que lideri el desenvolupament turístic. • Falta de coordinació entre els agents públics i privats i d'una entitat tipus Taula de Treball que reuneixi tots els agents turístics implicats. • Lentitud i manca de consens majoritari en la presa de decisions en projectes clau pel municipi (millora de l'aparcament, remodelació de la plaça de vendre, obertura de la casa Puig i Cadafalch, millora urbana).	ORDENACIÓ DEL TERRITORI I MOBILITAT • Progressiva degradació dels espais naturals per manca de manteniment o un ús inadequat i els possibles efectes del canvi climàtic. • Progressiva degradació de la qualitat urbana del municipi per manca d'actuacions. INFRAESTRUCTURES I EQUIPAMENTS TURÍSTICS • Preferència dels turistes per destinacions amb més oferta d'allotjament. • Retard en la obertura de la Casa l'estiueig de Puig i Cadafalch. OFERTA, RECURSOS TURÍSTICS I MODEL TURÍSTIC • Municipis del Maresme amb una oferta més consolidada i diversificada i major capacitat d'atracció. • Manca de creativitat en la creació de nova oferta turística DEMANDA I PROMOCIÓ TURÍSTICA • Concentració elevada de visitants en esdeveniments puntuals, amb risc de saturació i afectació de l'experiència turística. • Risc de pèrdua de competitivitat respecte a altres destinacions que ja han integrat solucions digitals en les seves estratègies turístiques. La manca d'implementació en la pròpia cadena de valor pot limitar l'atractiu i l'eficiència del destí. SINGULARITAT I IDENTITAT • Els canvis d'hàbit de compra dels consumidors poden posar en risc el petit comerç emblemàtic d'Argentona COOPERACIÓ I TREBALL AMB XARXA • Poca col·laboració amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme. • Sector públic i privat que no està apostant clarament per la sostenibilitat a través de distintius com el compromís Biosphere. • Dependència de les polítiques municipals i la seva continuïtat. • Desaprofitament de les fonts de finançament externes procedents de la Diputació de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, l'Estat Espanyol i la Unió Europea.

6. TENDÈNCIES VACACIONALS QUE S'ESTAN IMPOSANT

En el conjunt de la indústria turística, s'estan imposant un seguit de tendències que són transversals a qualsevol tipus de producte turístic que es vol oferir. Aquestes responen als canvis d'estil de vida i hàbits dels ciutadans dels països més desenvolupats, els quals es traslladen també a la seva manera de viatjar.

Són un conjunt de 6 tendències macro que apareixen en documents de referència tan d'escala europea, estatal i autonòmica que ens permeten definir clarament quines són les tendències actuals en turisme.

- A nivell Europeu, des de la Unió Europea l'any 2021 es va publicar el resultat d'un estudi basat en enquestes que per analitzar l'actitud dels Europeus vers el turisme (Attitudes of Europeans towards tourism 2021). Malgrat que des de llavors no s'ha actualitzat, els comportaments definits es mantenen d'actualitat.
- A escala estatal, el document de referència per dibuixar les tendències turístiques a Espanya són les "Directrices generales de la Estratègia de Turismo Sostenible de España 2030". Aquest document assenta les bases de transformació del turisme de l'estat cap a un model de creixement sostingut i sostenible, que permeti mantenir el seu lideratge mundial.
- A nivell de Catalunya, l'estratègia que va formular l'Agència Catalana de Turisme és el resultat del procés de concertació amb molts actors que van participar en el congrés Catalunya reStart Turisme 2021. Les línies estratègiques que es van marcar són la digitalització, la innovació en les experiències, "del turista al resident", la sostenibilitat, la governança i aliances i el llegat.

A partir d'aquest documents es dibuixen les següents 6 grans tendències en la indústria turística.

Sostenibilitat

Una de les tendències més destacades dels darrers anys és el compromís creixent de la indústria turística amb la sostenibilitat. L'augment de la consciència sobre l'impacte ambiental de les activitats humanes ha propiciat una major sensibilització envers la petjada ecològica també en l'àmbit dels viatges. Així doncs, segons l'informe de Booking [Sustainable Travel 2024](#), un 83 % dels viatgers enquestats afirma que viatjar de manera sostenible és important. Així mateix i, segons el mateix informe, un 75 % assegura que vol viatjar de manera més sostenible els pròxims 12 mesos, mentre que un 57 %, vol reduir el consum d'energia en els viatges. També un 43 % afirma sentir-se culpable quan fa eleccions de viatge menys sostenibles.

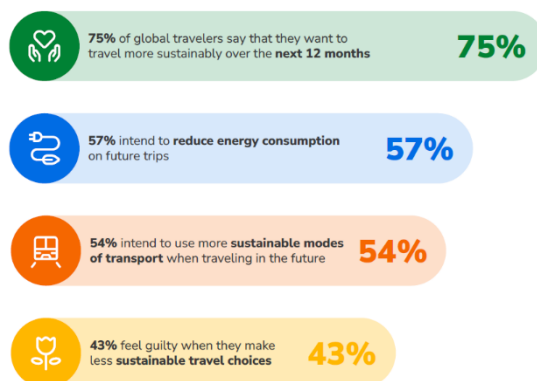


Figura 1. Intencions positives darrere dels viatges sostenibles.
Font: Booking Sustainable Travel Report 2024

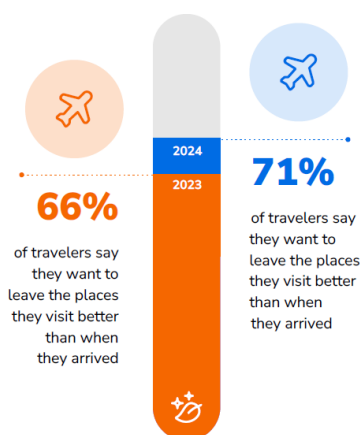


Figura 2. Intencions positives darrere dels viatges sostenibles. Font: Booking Sustainable Travel Report 2024

El mateix informe destaca no només el creixement del turisme sostenible, sinó també del turisme regeneratiu, que busca generar un impacte positiu en les destinacions visitades. En aquest sentit, el 71% dels viatgers enquestats afirmen que volen deixar els llocs que visiten en millors condicions que quan hi van arribar. Aquesta tendència ha experimentat un augment respecte al 2023, quan el 66% dels enquestats expressaven aquesta mateixa intenció.

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

Convençuts: és encara un segment reduït en

nombre, però és molt interessant pel fet que marquen tendència. Tenen expectatives molt altes de les destinacions i les empreses i ahora són molt crítics amb pràctiques de “greenwashing” o “rentat de cara”. És a dir, comunicar



Figura 3. Motivacions per prendre decisions de viatge més sostenibles.
Font: Booking Sustainable Travel Report 2024.

una sostenibilitat superior a la què realment s'està portant a terme.

Generalistes: amb una implicació menys intensa. Són molt més nombrosos però amb un potencial enorme de creixement, tal com es veu any rere any per exemple, en les enquestes de Booking. No tenen un coneixement profund del turisme sostenible però prefereixen pràctiques que ho siguin ja que ho associen a allò que és correcte.

Dins d'aquestes dues grans categories de viatgers, l'informe de Booking Sustainable Travel 2024 identifica quatre principals motivacions per optar per viatges sostenibles. La raó més destacada, assenyalada pel 32% dels enquestats, és la convicció que viatjar de manera sostenible és el correcte. Un altre 16% considera que aquesta elecció enriqueix la seva experiència com a viatger, mentre que l'11% creu que optar per opcions sostenibles li permetrà viure una experiència més autèntica i connectada amb la cultura local. Finalment, el 7% dels enquestats escull el turisme sostenible perquè ho percep com una manera de fer que les seves vacances siguin més divertides.

Aquí el paper de les empreses comercialitzadores és rellevant i sovint els propis usuaris consideren que la responsabilitat recau en les agències i plataformes de venda. Seguint amb l'informe de Booking, un 43 % dels enquestats consideren que les empreses de serveis turístics tenen una forta responsabilitat.

Davant d'això, l'aposta per un model de desenvolupament turístic més sostenible és cada cop més compartit pels grans operadors empresarials. Entitats com Booking.com, TripAdvisor, etc. estan treballant conjuntament per unificar els criteris que facilitin als usuaris la selecció d'allotjaments, experiències o destinacions que estan treballant sota paràmetres de sostenibilitat. Un exemple d'això és l'organització [Travalys](#), que treballa per proporcionar informació clara, coherent i creïble sobre la sostenibilitat als viatgers, permetent-los prendre decisions més informades.

Una de les tendències més clares en l'àmbit de les destinacions turístiques és la voluntat d'obtenir certificacions mediambientals que garanteixin la sostenibilitat en tots els processos de la cadena turística i ofereixin garanties als visitants. Segons l'informe de l'any 2021 de la consultora [Euromonitor](#)¹, els turistes estaven cada vegada més disposats a pagar per allotjaments que comptessin amb aquestes certificacions. Tot i que, segons l'últim informe de Booking, l'interès dels viatgers per informar-se sobre les certificacions ha disminuït entre el 2023 i el 2024, passant del

¹ Informe: Euromonitor International (2021). Top Countries for Sustainable Tourism Embracing a Green Transformation for Recovery in Travel

69 % al 52 %, per al 45 % dels viatgers continua sent més atractiu allotjar-se en establiments certificats com a sostenibles.

En aquest context, certificacions com Biosphere o Green Globe s'han convertit en eines clau per a les destinacions que busquen posicionar-se com a referents en turisme sostenible. A més, institucions com la Diputació de Barcelona donen suport a empreses i destinacions en el procés de certificació per reforçar aquest compromís.

Un exemple clar d'aquesta aposta per la sostenibilitat el trobem a la pròpia comarca del Maresme, on, segons el Monitor d'Iniciatives Sostenibles dels Allotjaments de les Destinacions Turístiques, l'any 2023 els establiments de la zona ja havien implementat accions sostenibles per millorar la seva gestió ambiental². A més, segons es constata des del Consoci de Promoció Turística Costa del Maresme, el 94 % dels establiments de la comarca adherits a Biosphere, han obtingut un major rendiment en termes de satisfacció del visitant, amb un iRON³ de 8,34.

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

Ecomobilitat

La mobilitat ha esdevingut un altre dels temes clau. La reducció de les emissions de CO2 causades pels desplaçaments turístics és un dels cinc àmbits prioritaris acordats per l'Organització Mundial del Turisme per assolir els Objectius de Desenvolupament Sostenible aprovats per l'ONU en el marc de l'agenda 2030. Els gasos d'efecte hivernacle estan relacionats, com a mínim, amb tres d'aquests objectius: 7, 11 i 13 i el compromís adoptat és reduir, com a mínim, un 5% les emissions generades pel turisme a tot el món.

² [Enllaç](#)

³ Índex de Reputació Online: amb una escala de 0 a 10, proporciona una visió agregada de l'experiència turística percebuda pels visitants.



Figura 4. Objectius de Desenvolupament Sostenible de l'Agenda 2030 de la ONU.

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

Així mateix, les noves solucions de mobilitat s'estan posant a l'avantguarda de la innovació tecnològica i social, segons [ICLEI](#), Xarxa de Govern Locals que agrupa més de 2.500 municipis i regions de més de 125 països, que aposten pel desenvolupament sostenible.

Actualment, l'aposta per la mobilitat sostenible és cada cop més clara, especialment en els àmbits urbans. Cal tenir en compte que a les ciutats europees el nombre de famílies que disposa de cotxe propi cada vegada és inferior i en canvi, creixen altres sistemes de mobilitat sobretot entre les generacions més joves, com el cotxe compartit i l'ús de vehicles de mobilitat personal com bicicletes o patinets elèctrics.

Així mateix, la consciència sobre la importància d'adoptar una mobilitat més sostenible continua en augment entre els turistes. Segons l'informe Booking Sustainable Travel 2024, un 54 % dels enquestats manifesta la intenció d'utilitzar mitjans de transport més sostenibles en els seus viatges futurs.

Per altra banda, és d'especial rellevància mencionar que, segons la consultora Euromonitor International, els viatges amb tren, són la categoria que més ha incrementat entre els anys 2023 – 2024. Això mostra una creixent transició cap a models de viatge menys contaminants.

En aquest context, estan sorgint iniciatives a diferents nivells, tant per part de destinacions com d'empreses del sector turístic, per respondre a aquesta demanda creixent. En aquest sentit, la pròpia [European Cyclist Federation](#) està treballant en un eix prioritari de Turisme Ciclable.

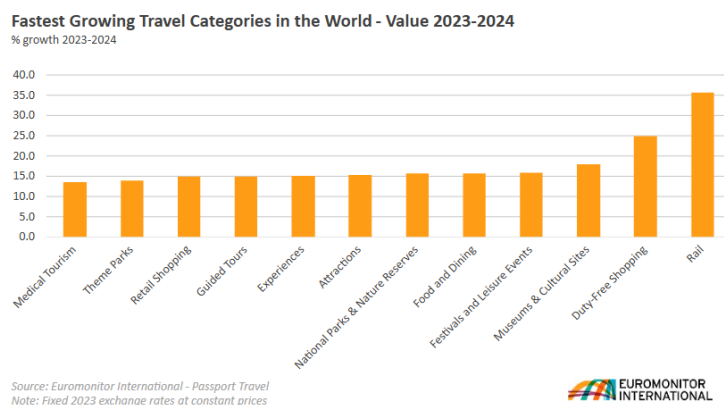


Figura 5. Informe Euromonitor International. Categories de viatges de creixement més ràpid a nivell mundial

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

informació per captar nous visitants. Un exemple és la iniciativa de Renfe “[Tren i bici per a la mobilitat urbana](#)” que ha desenvolupat diverses accions per potenciar la combinació de tren i bicicleta com a part de la mobilitat urbana sostenible. Des de l'any 2000, amb la introducció dels trens Civia, s'han habilitat espais específics per al transport de bicicletes. A més, Renfe ha signat acords amb la Xarxa de Ciutats per la Bici per impulsar polítiques que fomentin aquesta intermodalitat, incloent la implementació d'infraestructures d'aparcament segur a les estacions i la facilitació del transport de bicicletes als trens. Amb una visió més turística trobem es va desenvolupar entre el 2016 i 2020 el projecte Interreg POCTEFA [BICITRANSCAT](#) de connexió intermodal, que ha permès connectar amb bicicleta el nord de les comarques Gironines i del Departament Francès dels Pirineus Orientals.

A més, també emergeixen projectes empresarials, tant individuals com col·lectius, que tenen com a objectiu mesurar i compensar les emissions de CO₂ generades per les estades vacacionals. Un exemple d'iniciativa local és el portal [GRATITUD PALLARS](#).

Singularitat

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

Els canvis en els mercats i les noves demandes turístiques exigeixen crear nous productes que s'hi adaptin. Segons SEGITTUR⁴, aquests canvis s'han d'entendre en el marc que caracteritza l'anomenada societat de la il·lusió (dream society) en la què

⁴ Segittur 2019. Informe sobre economia circular aplicada al turisme.

el pes del comportament emocional (vinculat a valors, emocions i sentiments) és més rellevant que el comportament racional (basat en l'adquisició de coneixements).

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

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



Figura 6. Exemple de guia de la regió de la Somme. Font: Somme Tourisme.

Segmentació

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

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



Figura 7. Web. Barcelona és molt més

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

d'aquesta segmentació és la pròpia Diputació de Barcelona estructura la seva oferta turística segons segment de mercat.

Acollida

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

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

Segons l'informe [Attitudes of Europeans Towards Tourism](#) sobre les actituds dels europeus envers el turisme, realitzat per la Unió Europea l'any 2021 es planteja una pregunta sobre quines són les 3 principals fonts d'informació per escollir el lloc de vacances.

És interessant destacar que les principals fonts d'informació a l'hora d'escollir una destinació són les recomanacions d'amics i familiars (56 %), seguides de l'experiència personal de viatges anteriors (37 %) i les consultes a portals web amb comentaris, ressenyes i valoracions de viatgers (34 %). Això posa en relleu la importància de l'experiència viscuda pel turista, ja que un client satisfet esdevé el millor prescriptor.

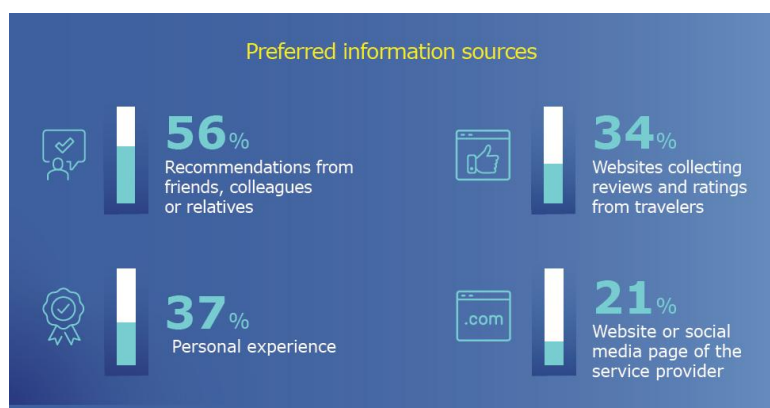


Figura 8. Fonts d'informació preferides dels turistes Europeus alhora de viatjar. Font: Informe Attitudes of European Towards Tourisme. Unió Europea (2021).

En un segon nivell d'importància hi trobem les pàgines web o xarxes socials dels proveïdors (oficines de turisme o empreses) (21 %).

Amb percentatges inferiors, però encara rellevants, destaquen les agències de viatges (15 %), les oficines de turisme (13 %), els mitjans de comunicació tradicionals com premsa, ràdio i televisió (12 %), les guies i revistes especialitzades (9 %), els

blogs i influencers (9 %) i, finalment, les campanyes de promoció de les destinacions (5 %).

Aquestes dades reflecteixen la creixent influència del boca-orella digital i presencial, així com el pes de les experiències reals compartides per altres viatgers en la presa de decisions turístiques.

Digitalització

Segurament, de totes les tendències actuals, la digitalització és la que té una major capacitat transformadora en el conjunt de la indústria turística. En aquest “calaix” hi entren molts elements, ja siguin nous dispositius, noves tecnologies o diferents usos de la tecnologia, que estan canviant permanentment la manera en com els turistes escullen els destins, es mouen en ells i com “consumeixen els recursos”, com s'allotgen, entre d'altres. Així mateix, també estan canviant la forma en què les destinacions turístiques s'organitzen, es gestionen i es promocionen.

En l'àmbit de la digitalització, el turisme està experimentant una revolució gràcies a l'ús d'eines digitals que ja tenen un llarg recorregut i d'altres que estan irrompent amb força. L'ús massiu de dispositius mòbils permet que el turista tingui accés a eines i informació digital de manera continuada, fet que afavoreix l'ús de la tecnologia no només per a la preparació dels viatges (tradicionalment es feia més des d'un ordinador, però les noves generacions ja ho fan majoritàriament des dels telèfons mòbils), sinó també per gaudir d'experiències en el destí, cercar bones ofertes, organitzar els seus trajectes i optimitzar el seu temps.

A continuació, es presenten algunes de les tendències i eines més destacades que estan marcant el futur del turisme digital:

- Pàgines web per a la promoció i comercialització turística: Plataformes amb sistemes de reserves i venda online (marketplaces) que faciliten la contractació de serveis turístics de manera directa i personalitzada.
- Ús de comparadors per a la cerca de les millors opcions de viatge**: Plataformes que permeten comparar vols, hotels i altres serveis, ajudant els usuaris a prendre decisions informades.
- OTA's (Online Travel Agencies): Agències de viatges en línia cada cop més populars i amb una oferta més àmplia de serveis adaptats a diferents perfils de viatgers.
- Aplicacions de mobilitat, geolocalització i rutes:

- Aplicacions com Google Maps faciliten la mobilitat del turista, ajudant-lo a ubicar-se, planificar rutes i accedir a informació sobre transport públic en temps real.
- Aplicacions de geolocalització i creació d'itineraris col·laboratius, com Wikiloc, permeten descobrir rutes personalitzades i compartir experiències amb altres viatgers.
- Big Data i plataformes de tractament de dades: Eines utilitzades per a la planificació i gestió de destinacions turístiques, especialment útils per analitzar fluxos de visitants i millorar la distribució de recursos.
- Xarxes Socials per a la promoció turística: Les entitats gestores dels destins i els propis turistes utilitzen xarxes socials per compartir experiències i promoure destins turístics. El turista d'avui dia és un "prosumer" (produeix i consumeix contingut simultàniament).
- Realitat Virtual, Realitat Augmentada i Metavers: Aquestes tecnologies permeten oferir experiències immersives al turista, millorant l'accessibilitat a certs recursos i oferint noves formes de conèixer i experimentar els destins. Un exemple és l'ús de realitat virtual per a la recreació de jaciments arqueològics o coves prehistòriques de difícil accés.
- Pagament amb monedes digitals i tecnologia blockchain: La implementació de criptomonedes i NFT en la indústria turística permet transaccions més segures i experiències innovadores, com la creació de bitllets digitals exclusius.
- IoTech (Internet of things).
- Intel·ligència Artificial en el turisme: Aquesta és, probablement, la tendència més disruptiva dels darrers anys, amb aplicacions en diversos àmbits:
 - Assistents Virtuals i Chatbots: Plataformes com [LAYLA](#) utilitzen IA per oferir recomanacions personalitzades basades en les preferències dels usuaris, generant itineraris adaptats a cada viatger.
 - Creació d'itineraris Personalitzats: la mateixa plataforma [LAYLA](#) també genera plans de viatge en funció de criteris com el temps disponible, els interessos i la ubicació.
 - Traducció i Comunicació en Temps Real: Aplicacions impulsades per IA faciliten la comunicació entre turistes i locals en diferents idiomes, millorant l'experiència en destins estrangers.

- Recomanacions Intel·ligents: La IA analitza patrons de comportament i preferències per oferir suggeriments personalitzats sobre destins, allotjaments i activitats. Un exemple seria la plataforma [MEWS](#).

En conjunt, totes aquestes innovacions estan redefinint el turisme, fent-lo més accessible, eficient i personalitzat.

La digitalització ha deixat de ser una opció per convertir-se en un factor imprescindible per a l'evolució i competitivitat del sector.

A mesura que aquestes tecnologies continuïn desenvolupant-se, el turisme experimentarà transformacions encara més profundes, oferint experiències cada cop més enriquidores i adaptades a les necessitats dels viatgers del futur.



Hola, soy Layla, tu agente de viajes personal de IA.

Déjame hacer el trabajo pesado - desde vuelos hasta hoteles y itinerarios completos. Piensa en mí como tu amigo experto en viajes... que realmente sabe de lo que está hablando.

Organiza una aventura en Islandia con caminatas escénicas y maravillas naturales.



Inspírame dónde ir

Constrúyeme un itinerario

Vuelos baratos a Mallorca

Más

Figura 9. Plataforma Layla de planificación de viajes en base la IA.

En aquest sentit, ja l'any 2019, la Secretaria d'Estat de Turisme d'Espanya, gestionada per SEGITIUR, va crear la Red de Destinos Inteligentes, que té per objectiu, promoure la transformació dels destins turístics cap a un model de gestió intel·ligent, digital i sostenible. Així mateix, aquell mateix any, el Parlament europeu en una publicació del identificava futurs reptes del turisme europeu, i ja considerava que les TIC (tecnologies de la informació i comunicació) eren clau per desenvolupar una indústria i destinacions turístiques europees més intel·ligents i competitives.

Davant d'aquest context, des de l'àmbit públic s'estan destinant esforços per facilitar



Figura 10. 1. Objectius i Polítiques Palanca dels Fons Next Generation.

fet, dels 4 eixos dels Fons Next Generations, el segon fa referència a la Transformació Digital. A més, la política palanca V està exclusivament destinada a la

la digitalització d'empreses i institucions., els Fons Next Generation de la Unió Europea, gestionats a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de Govern Español, s'han donat per a la recuperació Post Covid de les economies europees, un dels objectius principals per a l'atorgament de projectes ha estat la Digitalització d'empreses i administracions. De

modernització i digitalització de les empreses. Per a fer-ho possible, una de les línies de subvencions derivades dels Fons Next Generation, és la convocatòria “Última Milla⁵” que estan fent possible la digitalització de les empreses turístiques a través del finançament de projectes innovadors que millorin la gestió, promoció i experiència digital de destinacions i empreses. En aquest sentit, molts destins estan gaudint de subvencions per desenvolupar projectes que els permeten caminar cap a un futur més digital.

Alienada amb els objectius de transformació digital de la UE i del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, l'any 2020 el govern Espanyol va presentar “España Digital 2025”, un document que té per objectiu modernitzar l'economia i la societat espanyola mitjançant la digitalització. En aquets document es destaca el turisme intel·ligent com un dels àmbits de major potencial i, planteja un seguit de mesures per a fer-ho possible. Aquestes són :

- Desenvolupament d'infraestructura tecnològica per a plataformes digitals interoperables.
- Dotació d'habilitats digitals a administracions locals i empreses turístiques.
- Impuls de tecnologies avançades com Intel·ligència Artificial (IA) i Internet de les Coses (IoT).
- Creació d'un ecosistema de dades turístiques per adaptar-se a les noves exigències del mercat i millorar la gestió turística local.
- Ajustar els serveis públics turístics en funció de la pressió turística.

Entre los ámbitos con mayor potencial de transformación destacan:



Un sector Agroalimentario digital: se impulsará la digitalización del sector primario y la industria agroalimentaria española apostando por el refuerzo de la seguridad y trazabilidad alimentaria, la información al consumidor, y la adopción de modelos más productivos y sostenibles.



Salud Digital: hacia la predicción, personalización y eficiencia: se incrementará la eficiencia, eficacia y calidad de la sanidad agilizando los sistemas de información y fomentando la compartición e interoperabilidad de los datos de forma segura, así como contribuir a la personalización de los servicios prestados.



Movilidad sostenible, innovadora y eficiente: se impulsará una transformación del modelo de movilidad para hacerlo sostenible, innovador y eficiente, atendiendo a las nuevas necesidades de movilidad e impulsando la innovación y la colaboración multisectorial.



Turismo inteligente: se acelerará la transformación digital de la actividad turística para mantener el liderazgo competitivo de España en un mercado global, aumentar la contribución del turismo a la economía digital y elevar la resiliencia de la actividad turística mejorando la seguridad sanitaria, la sostenibilidad, la calidad de los servicios públicos turísticos y la digitalización e incremento de la productividad del tejido empresarial turístico.



Digitalización como palanca para la modernización del comercio: se impulsará la competitividad del sector comercial, especialmente de pymes y micropymes, a través de la transformación digital, con plataformas y servicios digitales para el comercio, y la capacidad de innovación del sector.

Figura 11. 2. Àmbits d'actuació de "España Digital 2025".

Aquest projecte es coordinarà amb el programa Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) i estarà alineat amb la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 i la Agenda Urbana de España.

En l'àmbit català, la pròpia Diputació de Barcelona ha estat beneficiària d'un subvenció del Pla de Recuperació, Transformació i

⁵ <https://www.accio.gencat.cat/ca/serveis/cercador-ajuts-empresa/ajutsiserveis/23407-next-generation-eu-ajuts-projectes-digitalitzacio-ultima-milla-empreses-sector-turistic>

Resiliència, a través del projecte DIGITTUR-DIBA per establir una plataforma digital avançada que millori la gestió turística a través de l'ús de tecnologies innovadores com la intel·ligència artificial, l'anàlisi de dades massives i l'aplicació de tecnologies de geolocalització. L'objectiu és crear una eina capaç de recopilar i processar informació en temps real per prendre decisions informades i millorar l'experiència dels visitants.

7. VISITOR'S PERSONA I SEGMENTS DE MERCAT

En aquest capítol s'han identificat els segments de visitants potencials d'Argentona, partint de la base socioterritorial del municipi. El Pla d'Acció presentat en aquest document, anirà dirigit a fer d'Argentona un municipi atractiu per aquestes tipologies de turistes i visitants.

Així mateix, també s'han identificat aquelles tipologies de productes turístics que tenen major interès per a l'elaboració del Pla d'Acció del present Pla Estratègic de Turisme.

Visitor's persona

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

Els potencials segments de visitants identificats són els següents:

SEGONS INTERÈS

- Excursionista actiu, cultural i de natura.
- Turista cultural pur.
- Sports Lovers.

SEGONS GENERACIÓ

- Multigeneracional i famílies.
- Sènior actiu (boomers i silvers).

EXCURSIONISTA ACTIU, CULTURAL I DE NATURA

Els darrers anys han vist créixer l'interès per unes vacances i escapades alineades amb un estil de vida actiu i saludable. Cada cop són més les persones que, motivades per contrarestar la rutina sedentària de la feina i cuidar la salut, cerquen activitats suaus a la natura, combinades amb una alimentació equilibrada i de proximitat. Aquest context ha afavorit l'augment de les excursions d'un dia, especialment entre aquells que volen mantenir-se actius alhora que descobreixen nous paisatges i elements culturals. Aquest perfil d'excursionista fuig de la rutina, busca nous entorns, coneixement i experiències, però sense necessitat d'un alt grau d'especialització ni exigència física.

Amb la pandèmia de la COVID-19, el redescobriment de l'entorn proper va esdevenir una necessitat. Inicialment com a refugi natural sense restriccions, però ara també com a espai d'oci i cultura, aquesta tendència s'ha consolidat. A Catalunya, això s'ha reforçat gràcies a una forta tradició excursionista, que des de fa més d'un segle combina la descoberta del territori amb valors de natura, cultura i comunitat.

L'excursionista actiu, cultural i de natura és, en essència, un visitant de proximitat que no pernocta, però que organitza sortides per realitzar rutes de senderisme o cicloturisme, visitar elements patrimonials, participar en activitats culturals o gaudir de productes locals. Sol triar rutes assequibles, ben senyalitzades, que li permetin també fer alguna parada per conèixer el patrimoni o fer una activitat experiencial com una visita a un celler, un obrador artesanal o un productor agroalimentari.

Aquest perfil combina l'interès per la natura amb el desig de conèixer la cultura local i gaudir de la gastronomia entesa com a part d'aquesta cultura. És actiu però no esportista extrem; busca desconnectar, aprendre i relaxar-se en un entorn tranquil, sovint rural o semiurbà.

Tot i que hi ha diversitat dins del perfil (joves independents, parelles sense fills, famílies amb nens o adults actius), el que els uneix és l'interès per fer escapades de proximitat. En el cas d'Argentona, majoritàriament provenen de l'àrea metropolitana de Barcelona. Planifiquen la seva visita amb dies o setmanes d'antelació, especialment si inclou activitats o visites guiades, i sovint reserven directament amb les empreses o a través de plataformes com Fem País.

En la cerca d'inspiració, consulten webs i apps especialitzades com Natura Local o Wikiloc per planificar la ruta. També valoren molt les recomanacions d'amics, les xarxes socials i la informació que proporciona la destinació. Si la proposta és atractiva i hi ha més rutes o activitats similars, tendeixen a repetir la visita.

Aquest perfil contribueix a la desestacionalització i a la desconcentració del turisme en el territori. Tot i que la seva despesa no és elevada per no pernoctar, genera impacte positiu en sectors com la restauració i el comerç local, especialment si complementen la sortida amb activitats culturals o gastronòmiques.

Excursionista actiu, cultural i de natura

Bio

La Marina (37 anys) és infermera en un CAP i en Pau (40 anys) és tècnic de manteniment d'equipaments esportius. Amb jornades laborals exigents, aprofiten els caps de setmana per desconnectar amb escapades d'un dia. Els agrada caminar per entorns naturals i descobrir elements culturals del territori, com el patrimoni o els productes locals. Sovint combinen una ruta suau amb una visita a un celler o una activitat experiencial.

Consulten rutes online o s'inspiren en recomanacions d'amics. Busquen espais tranquils i ben senyalitzats que els permetin fer salut, conèixer l'entorn i passar temps junts de manera activa.



"Una sortida a la natura és el nostre pla ideal de cap de setmana."

Motivacions

Conèixer l'entorn

Passar temps junts

Estar en contacte amb la natura

Activitat física moderada

Conèixer aspectes culturals

Relaxació i evasió

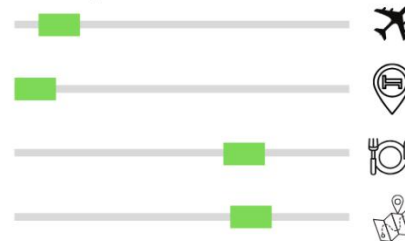
A tenir en compte

- No pernocten però sí que poden realitzar alguna activitat experiencial.
- Els interessen els aspectes culturals d'un territori, com per exemple el patrimoni.
- Vinculat al estil de vida sa, poden estar interessats en els productes del territori i la gastronomia.

Activitats



Pressupost



Hàbits de compra

- Es guien molt per les recomanacions d'amics i de l'entorn proper.
- Si només fan una excursió en l'entorn natural, no reservaran res.
- Si volen realitzar alguna visita o activitat experiencial la reservaran amb alguns dies d'antelació.
- O bé fan les reserves directament amb les empreses o entitats gestores o utilitzen alguna plataforma intermediària (per exemple Fem País).

TURISTA CULTURAL PUR

El turista cultural pur és aquell viatger la motivació principal del qual és la cultura, allunyant-se de les rutes convencionals i dels grans fluxos turístics. Aquest perfil es caracteritza per la seva recerca d'experiències autèntiques i d'alt valor patrimonial, evitant el turisme massificat i centrant-se en activitats culturals d'alta intensitat.

Aquest viatger dedica els seus desplaçaments a la visita de museus, galeries especialitzades, esdeveniments culturals exclusius, biblioteques històriques i altres espais de gran rellevància patrimonial. La seva sensibilitat especial per l'arquitectura, l'art i la pintura el porta a escollir destins amb una oferta cultural rica i diversa. A més, no es limita a l'observació passiva, sinó que participa activament en activitats com festivals, conferències, tallers artesanals i espectacles tradicionals, amb l'objectiu d'immergir-se completament en la cultura local.

Aquest tipus de turista té un perfil educatiu elevat i sovint posseeix coneixements tecnològics. Es tracta d'un viatger actiu i habitual, amb un cert nivell adquisitiu que li permet dedicar recursos a experiències de qualitat. A diferència d'altres segments, no prioritza tant el preu com el temps i el valor de l'experiència, optant per activitats immersives i allotjaments amb encant que li permetin aprofundir en la riquesa cultural de la destinació.

A diferència d'un turista cultural ocasional, que combina cultura amb altres activitats més generalistes, el turista cultural pur estructura el seu viatge exclusivament al voltant del patrimoni i les experiències culturals.

Segons l'Agència Catalana de Turisme, aquest segment representa entre un 5% i un 10% del total del mercat turístic. A més, tendeix a romandre a la destinació durant un temps més prolongat que la mitjana, fent estades que li permetin gaudir sense presses del patrimoni i la vida local. Així mateix, realitza altres petits desplaçaments interns per conèixer millor l'entorn i descobrir espais d'interès històric i artístic menys coneguts.

Encara que tradicionalment aquest perfil ha estat dominat per persones jubilades, en els darrers anys s'ha observat una tendència a la rejaoveniment del segment, especialment entre millennials amb cert poder adquisitiu i una marcada propensió a viatjar. Aquests nous viatgers busquen experiències culturals adaptades als seus interessos, combinant les visites a llocs històrics amb l'exploració de formes d'art contemporani, gastronomia autòctona i experiències innovadores que els permetin connectar amb la cultura local.

Una de les característiques clau del turista cultural pur és la seva voluntat d'interactuar amb la població local i comprendre millor les seves tradicions i

costums. Més enllà d'assistir a esdeveniments culturals, estableix diàlegs amb els habitants de la destinació i participa en activitats que li permeten viure de primera mà l'autenticitat del lloc. Aquest enfocament li proporciona una percepció més intensa i positiva de la seva experiència de viatge, reforçant la seva connexió amb el patrimoni visitat.

Entre les característiques principals d'aquest perfil destaquen:

- Alta formació i interès cultural: Mostra una gran curiositat intel·lectual i busca un coneixement profund de les destinacions.
- Fidelitat als destins culturals: Pot repetir viatges a una mateixa localització per aprofundir en diferents aspectes del seu patrimoni.
- Respecte pel patrimoni i la sostenibilitat: Es preocupa per la conservació del patrimoni cultural i històric, afavorint el turisme sostenible.
- Participació activa: Més enllà de la contemplació, pren part en activitats que enriqueixin la seva experiència cultural.
- Connexió amb la comunitat local: Valora el contacte amb la població autòctona i l'intercanvi cultural.

Pel que fa als mercats d'origen, aquests visitants provenen d'una àmplia diversitat de països, tot i que en el cas d'Argenton, principalment prové de Catalunya (especialment del Maresme i entorns) i Espanya, així com, per proximitat de França. No obstant, dins el context català, el turista cultural pur també prové d'altres mercats europeus Itàlia, Països Baixos, Bèlgica, els països nòrdics, els països de l'Est i la regió DACH (Alemanya, Àustria i Suïssa). A nivell intercontinental, també es registren visitants dels Estats Units, Canadà, Amèrica del Sud i la regió Àsia-Pacífic, incloent-hi la Xina, Hong Kong i Taiwan.

Quant a la seva mobilitat i reserves, aquest tipus de turista pot optar tant per viatges unidestinació com multidestinació. Les seves preferències de reserva són flexibles, ja que alguns opten per viatjar sense reserva prèvia, mentre que d'altres prefereixen organitzar el viatge de manera autònoma o a través de paquets turístics.

El turista cultural pur també presenta diferents modalitats pel que fa a la companyia amb què viatja. Pot fer-ho en solitari, amb parella, amb amics o en família, la qual cosa demostra la seva capacitat d'adaptació a diverses situacions i preferències de viatge.

En termes de despesa, aquest perfil es troba en una franja mitjana-alta, amb una clara tendència a incloure opcions premium en la seva experiència. Això es tradueix en una elevada inversió en allotjaments singulars, gastronomia de qualitat i activitats culturals exclusives.

La durada de l'estada també és variable i depèn de la intensitat de l'experiència que busca el viatger. Així, les estades poden ser curtes (1-2 nits), mitjanes (3-4 nits) o llargues (5 o més nits), en funció de la destinació i la seva oferta cultural.

Pel que fa a la inspiració i cerca d'informació, aquest segment de visitants utilitza diferents fonts per planificar els seus viatges. Es recolzen en operadors turístics especialitzats, webs turístiques, xarxes socials i fòrums especialitzats per obtenir informació prèvia. A més, el boca-orella exerceix un paper fonamental en la seva presa de decisions, sent influenciats per recomanacions d'associacions d'amics de museus, associacions culturals i el seu entorn proper.

Turista cultural pur

Bio

La Mireia té 32 anys i és una apassionada de la història i l'art. Treballa en comunicació digital i, cada any, es reserva uns dies per fer una escapada cultural en solitari. S'interessa pel patrimoni local, la gastronomia i les experiències que li permetin entendre millor la cultura del lloc.

Quan arriba a la seva destinació, s'instal·la en un petit hotel boutique situat en el centre històric, des d'on pot desplaçar-se fàcilment a peu. Té planificat un itinerari que combina visites a museus, rutes a peu per descobrir el llegat patrimonial i estones per gaudir de la gastronomia local. Li agrada escoltar els guies, però també fer servir aplicacions que li permeten aprofundir en els continguts amb realitat augmentada.



"Explorar el patrimoni local em permet connectar amb la història i la cultura del lloc"

Motivacions

Adquirir nou coneixement

Esdeveniments culturals puntuals

Visitar museus

Immersió en la cultura local

Visitar patrimoni cultural

Gaudir de la gastronomia local

A tenir en compte

- Prefereixen allotjaments amb història i encant, com hotels boutique en centres històrics o establiments rurals amb valor patrimonial.
- Valoren les visites guiades especialitzades, però també utilitzen audioguies i aplicacions digitals per aprofundir en la interpretació del patrimoni.
- Fan ús de tecnologies com la realitat augmentada, aplicacions mòbils i continguts interactius per millorar l'experiència cultural.
- Tenen una alta taxa de repetició si la destinació ofereix noves exposicions, rutes culturals o esdeveniments especials.

Activitats



Pressupost



Hàbits de compra

- Disposen de fonts d'inspiració diverses segons la seva franja d'edat: operadors turístics especialitzats, webs turístiques, xarxes socials i fòrums especialitzats.
- Reserven tant de manera autònoma directament amb les empreses com, a través de tour operadors especialitzats.

SPORT LOVERS PER A ESDEVENIMENTS

La creixent consciència sobre els beneficis per a la salut d'un estil de vida actiu ha incrementat notablement el nombre de persones que practiquen esport de manera regular i compromesa, participant activament en competicions i esdeveniments esportius locals (EEL).

Els EEL són esdeveniments esportius de petit format, amb més participants que espectadors, dirigits a atletes amateurs. Tenen caràcter anual, baix impacte mediàtic, una activitat econòmica limitada i impliquen una inversió pública reduïda en comparació amb els grans esdeveniments (Gibson et al., 2021). Generalment promouen la participació popular i l'experiència social per sobre dels resultats competitius (Coleman i Ramachandani, 2010). Aprofiten les infraestructures i recursos ja existents al territori (Deron i Van Wynsberghe, 2015), i sovint es desenvolupen en entorns naturals (Herrick, 2015). Solen estar coordinats per entitats sense ànim de lucre i impulsats per voluntariat (Getz i Page, 2016). Malgrat la seva dimensió, requereixen un alt nivell de coordinació i cooperació entre els agents del territori (Mackellar, 2015).

Des del punt de vista turístic, aquests esdeveniments contribueixen al turisme sostenible, tenen un impacte econòmic positiu, afavoreixen la desestacionalització i milloren la imatge de la destinació (Milovanovic et al., 2021; Kenelly, 2017; Fotiadis et al., 2016a; Baum et al., 2013; Gibson et al., 2012; Kaplanidou i Vogt, 2007; Higham, 1999).

Alguns exemples d'EEL són les curses de trail running, triatlons, marxes cicloturístiques, travessies en aigües obertes o proves d'aventura en entorns naturals (Kenelly, 2017).

El perfil majoritari dels participants és masculí, tot i que el nombre de dones esportistes és cada vegada més elevat. L'edat dels participants oscil·la entre els 16 i els 65 anys, amb una mitjana al voltant dels 45. Els grups més nombrosos tenen entre 35 i 60 anys. En general, es tracta de persones laboralment actives, amb estudis superiors i uns ingressos anuals que oscil·len entre els 20.000 i els 29.000 €.

Molts hi participen sols, però d'altres ho fan amb parella, família o amics. Els qui van sols solen tenir un perfil més competitiu i es centren en el resultat i el recorregut de la prova. En canvi, els qui van acompanyats busquen equilibrar l'esport amb l'oci, i valoren la presència d'activitats paral·leles, entreteniment i altres atractius turístics de la destinació.

Aquest perfil combina una gran consciència per la salut física amb la voluntat de desconnectar, socialitzar i descobrir nous territoris de proximitat. Estan ben equipats i utilitzen dispositius intel·ligents com rellotges, polseres o auriculars que monitoritzen constants com el ritme cardíac o el son.

La decisió de pernoctar depèn de la distància respecte al lloc de residència. Si la prova és propera, opten per desplaçar-s'hi el mateix dia; si és més lluny, s'hi allotgen la nit anterior i, sovint, allarguen l'estada una nit més, especialment si hi van acompanyats o si l'entorn paisatgístic és atractiu.

En l'àmbit gastronòmic, busquen opcions saludables, de proximitat i amb productes de qualitat. Tot i no prioritzar les visites culturals, valoren propostes vinculades a la natura i el benestar per complementar la seva experiència.

L'elecció de la prova es fa sovint a partir de recomanacions d'altres esportistes i fòrums especialitzats. Les reserves es realitzen de manera independent, mitjançant el mòbil o l'ordinador.

Sport Lovers per a esdeveniments

Bio

En Pol i la Mireia tenen 42 i 39 anys, respectivament. Viuen a prop de Barcelona, tenen dues filles petites i comparteixen l'afició per l'esport a l'aire lliure. En Pol practica trail running des de fa anys i participa en curses cada dos o tres mesos. Trien les curses per la bellesa del recorregut, el nivell tècnic i l'ambient.

Quan poden, converteixen l'esdeveniment en una escapada en família, tot combinant esport, descans i natura. Prioritzen una bona organització i valors com la sostenibilitat, i sempre tenen en compte l'opinió d'altres corredors abans d'apuntar-se.



"Les curses ens permeten competir, descobrir i desconnectar."

Motivacions

Millorar la seva condició física

Socialitzar amb d'altres esportistes

Alimentació saludable

Descobrir llocs nous

Gaudir de la natura

Sostenibilitat

A tenir en compte

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

Activitats



Pressupost



Hàbits de compra

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

MULTIGENERACIONAL I FAMÍLIES

Actualment conviuen diversos models de família, i cada cop és més habitual trobar grups formats per diferents generacions que decideixen viatjar plegats. Aquests perfils inclouen parelles amb fills petits o adolescents, famílies monoparentals que busquen companyia durant les vacances i, sobretot, grups multigeneracionals formats per avis, pares i fills. Aquesta darrera tipologia està experimentant un creixement destacat, especialment entre els visitants procedents d'Europa, Canadà i els Estats Units.

Tot i la diversitat d'estructures familiars, hi ha certs trets comuns en la manera com viatgen. Sovint combinen la reserva de paquets turístics amb l'organització independent de l'estada, i moltes opten per fórmules tipus "tot inclòs" per facilitar la logística dels àpats i controlar millor la despesa. Un aspecte clau és que els interessos varien segons l'edat i el rol dins la família: mentre els adults busquen descans, comoditat o activitats culturals, infants i adolescents solen inclinar-se per opcions lúdiques i dinàmiques.

El principal motiu del viatge és gaudir de temps junts, reforçar vincles, compartir vivències i crear records familiars. Per això, valoren especialment aquelles destinacions que ofereixin propostes combinades: activitats adaptades a totes les edats, espais de relació, allotjaments funcionals amb serveis per a la canalla (com piscines o zones de joc), i entorns naturals tranquils que permetin desconexió i convivència.

Els viatges multigeneracionals, en concret, acostumen a planificar-se amb més antelació i s'organitzen entorn d'una oferta que permeti activitats compartides o bé opcions paral·leles per grups d'edat diferents. Són les generacions més joves (Y i Z) qui solen influir més en l'elecció del destí, mentre que la generació "boomer" (avis) assumeix sovint el finançament. Aquest públic consulta diverses fonts abans de reservar: plataformes online, operadors especialitzats en viatges familiars o d'aventura i agències digitals enfocades en experiències.

Finalment, cal tenir en compte que viatgen principalment durant les vacances escolars, fet que concentra la seva activitat en èpoques concretes de l'any. Per això, captar aquest públic pot ajudar a omplir la destinació en temporada alta, mentre que la seva fidelització a través d'activitats intergeneracionals pot generar repetició i boca-orella positiu.

Multigeneracional/Families

Bio

La Teresa i en Ramon són una parella molt activa que valora el temps compartit amb la família. Cada any organitzen una escapada amb fills i nets per celebrar l'estiu junts. Ell havia estat enginyer industrial i ella professora de primària. Des que es van jubilar, aprofiten per fer petites sortides culturals i visitar mercats de proximitat, però el seu gran moment és el viatge familiar de l'any. Busquen espais tranquils, entorns naturals i activitats adaptades per a totes les edats. Prefereixen destins que combinin comoditat amb propostes interessants per als joves i els més petits.



"Fer una escapada amb tota la família és el millor regal que podem fer-nos!"

Motivacions

Realitzar activitats amb la família

Fer activitats de turisme actiu

Viure experiències culturals

Gaudir del sol i platja

Relaxació i desconexió

Salut i benestar

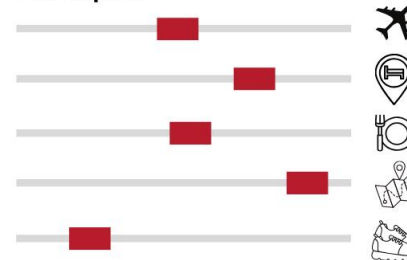
A tenir en compte

- Preferència per contractar vacances "tot inclòs".
- Combinació d'activitats del gust de tots els membres de la família.
- Cerquen paquets amb la combinació d'activitats actives amb activitats de relax.
- Busquen allotjaments on tota la família pugui estar a gust, per tant, confortables i espaiosos, (principalment hotels de 4 o 5 estrelles o càmpings).
- Viatgen en les èpoques de vacances escolars.

Activitats



Pressupost



Hàbits de compra

- Utilitzen els ordinadors per cercar informació i reservar. També reserven mitjançant agències especialitzades.
- La generació Y i Z són les que busquen informació i decanten la balança en la tria final del destí. Aquestes generacions utilitzen les XXSS, especialment Instagram i YouTube, per inspirar-se en la elecció de la destinació.

SÈNIORS ACTIUS

Les generacions de sèniors actuals i futures presenten canvis significatius respecte als models tradicionals. Són persones amb millor formació, més actives i viatgeres, i amb interessos diversos que abasten el benestar, la cultura i l'activitat física (Alén et al., 2015). Es tracta d'un segment heterogeni, amb preferències diverses, però amb una clara inclinació cap a estils de vida saludables i actius.

El motiu principal dels seus viatges sol ser compartir temps amb la família i els amics, però també valoren molt el temps lliure, la interacció social i les activitats que afavoreixin el benestar, la salut i l'aprenentatge. Prefereixen experiències autèntiques i immersives, que els permetin conèixer la cultura local, tastar la gastronomia i viure el territori amb tranquil·litat i comoditat. Rebutgen, en canvi, agendes rígides i molt carregades.

Tenen un interès especial per les activitats gastronòmiques i enoturístiques, culturals, de salut i benestar, així com per activitats de turisme actiu suau, tot i que alguns practiquen esports com la bicicleta de muntanya. Valoren especialment la relació qualitat-preu i prefereixen viatjar fora de temporada, evitant aglomeracions. Acostumen a viatjar en parella o amb amics, i trien allotjaments petits, tranquils i confortables. No busquen luxe, però sí sentir-se ben aollits i segurs.

Sèniors actius

Bio

La Rosa i en Marcel són una parella jubilada de 71 i 73 anys, amb ganes de seguir descobrint nous indrets. Viatgen sovint fora de temporada, preferiblement en parella o amb un petit grup d'amics. Solen fer escapades de 3 o 4 dies, on combinen visites culturals amb moments de descans i bona gastronomia. Busquen allotjaments petits, còmodes i tranquils, amb l'objectiu de gaudir de l'estada sense presses. Els agrada fer caminades suaus i conèixer la història i la cultura local, però sense agendes massa carregades. Prioritzen llocs amb bona relació qualitat-preu i entorns segurs.



"Viatjar, aprendre i compartir ens rejuveneix l'ànima."

Motivacions

Conèixer noves destinacions

Experiències culturals

Viatjar per redescobrir

Gastronomia

Immersió cultural

Activitats saludables

A tenir en compte

- Viatgen fora de temporada i planifiquen amb antelació.
- Busquen comoditat i confort, però no luxe.
- Valoren molt l'autenticitat i les experiències immersives.
- Els agrada combinar cultura, gastronomia i passejades saludables.
- Eviten activitats molt exigents físicament o agendes molt intenses.

Activitats



Pressupost



Hàbits de compra

- S'informen en agències de viatges i es refien molt dels comentaris d'amics i coneguts.
- Utilitzen poc les xarxes socials. La que més whatsapp per comunicar-se amb la família.

Productes turístics

Els productes turístics als quals s'enfoca el Pla d'Acció són els següents:

- Turisme cultural
- Turisme actiu i de natura
- Turisme familiar

Turisme cultural

El turisme cultural és una modalitat del turisme vinculada al desplaçament de persones per motivacions estrictament culturals. Ara bé, el concepte de "motivació cultural" pot ser ampli i sovint imprecís, ja que pot incloure des del simple interès per la història i el patrimoni fins a la participació en activitats artístiques, festives o interpretatives.

Es tracta d'un perfil de visitant flexible, que sovint combina la cultura amb altres motivacions com el lleure, la gastronomia o la natura. Les estades són, habitualment, curtes (de tres a quatre dies) i la demanda tendeix a ser previsible i fàcilment adaptable, fet que facilita el disseny de productes ajustats a les seves expectatives.

Aquest tipus de turisme requereix la presència de recursos culturals tangibles i intangibles: des del patrimoni arquitectònic i històric, fins a l'art, les tradicions, els oficis, la memòria col·lectiva o els trets d'identitat d'un territori.

A Argenton, el turisme cultural s'articula a través de diversos recursos singulars com la Casa d'Estiueig de Puig i Cadafalch, el Museu del Càntir, les rutes literàries i modernistes, el patrimoni immaterial vinculat a la ceràmica, així com l'oferta d'activitats interpretatives o visites guiades. Aquest producte permet posar en valor la identitat local, afavorir la desestacionalització i vincular el municipi amb xarxes i circuits d'interès cultural a escala comarcal i nacional.

Turisme actiu i de natura

El turisme actiu i de natura és una modalitat turística centrada en la realització d'activitats físiques o recreatives en entorns naturals. Es tracta d'un segment en creixement, estretament vinculat a estils de vida saludables, a la recerca d'autenticitat i a la necessitat de desconexió de les rutines diàries.

Segons la Secretaria General de Turisme (SGT, 2004), es defineix com aquell turisme que té com a principals motivacions la realització d'activitats recreatives, oci, de coneixement i/o interpretació de la natura, així com activitats esportives de diferent intensitat que fan ús específic dels recursos naturals sense degradar-lo.

Així mateix, segons l'Adventure Travel Trade Association (ATTA), el turisme actiu implica la combinació d'almenys dos dels tres elements següents: activitat física, interacció amb la natura i immersió cultural.

Inclou tant activitats "soft" (com el senderisme, cicloturisme o el bany de bosc) com "hard" (com el barranquisme, l'escalada o el parapent), podent adaptar-se a un públic molt divers. En tots els casos, aquestes activitats tenen lloc en entorns oberts i naturals, i la motivació no és només esportiva sinó també d'experiència, descobriment, benestar o socialització.

D'altra banda, es tracta d'un turisme que encaixa plenament amb les tendències actuals de viatges: la cerca d'experiències transformadores, el contacte amb la natura, la sostenibilitat i l'autenticitat. A més, cada vegada més turistes combinen les activitats físiques amb propostes culturals, gastronòmiques o de benestar.

Aquest producte turístic té un gran potencial de creixement i permet treballar objectius estratègics com la desestacionalització, la desconcentració i la diversificació del turisme, alhora que promou un ús sostenible del territori i genera valor afegit per a les comunitats locals.

Turisme familiar

El turisme familiar és aquell que es dissenya pensant en les necessitats i expectatives de famílies amb infants, tot oferint una proposta integral d'activitats, serveis i allotjaments que afavoreixin la convivència, la comoditat i la seguretat per a tots els membres de la família.

Aquest segment es caracteritza per cercar destinacions properes, segures, tranquil·les i amb una oferta variada d'oci i natura adaptada a diferents edats. Les famílies no només busquen activitats per als nens i nenes, sinó també espais de qualitat compartida, amb valors educatius, saludables i que fomentin la descoberta conjunta de l'entorn. A més, en el cas dels grups multigeneracionals (avis, pares i fills), creix l'interès per aquelles destinacions que combinen comoditat, serveis inclusius i activitats diverses adaptades a cada franja d'edat.

El principal objectiu d'aquest tipus de turisme és passar temps de qualitat en família, per això es valoren molt positivament les activitats a l'aire lliure, el contacte amb la natura, les rutes senzilles, els tallers participatius o les visites culturals amb interpretació adaptada al públic infantil.

Les famílies també donen molta importància als serveis de restauració amigables amb infants, a la presència d'àrees de joc i descans, i a l'allotjament amb serveis específics com habitacions familiars, espais comuns i entorns segurs.

El turisme familiar contribueix a la fidelització dels visitants i a la desestacionalització de la demanda, especialment entre les famílies amb fills petits que tenen més flexibilitat fora dels períodes punta escolars. Al mateix temps, reforça el vincle emocional amb la destinació, ja que moltes famílies repeteixen si se senten ben acollides i si els infants s'ho passen bé.

8. LÍNIES ESTRATÈGIQUES I PLA D'ACCIÓ

LÍNIA 1. MILLORA DE LA INFRAESTRUCTURA I EQUIPAMENTS VINCULATS AL TURISME

Projecte 1. Centre d'Interpretació de l'obra de Josep Puig i Cadafalch.

Projecte 2. Posada en valor del nucli urbà.

Projecte 3. Senyalització de les rutes de natura del municipi.

Projecte 4. Adequació d'un espai a la natura per al seu ús recreatiu per a famílies i infants.

Projecte 5. Impuls de la mobilitat turística sostenible.

LÍNIA 2. CONSOLIDACIÓ I CREACIÓ D'OFERTA TURÍSTICA SINGULAR I IDENTITARIA

Projecte 6. Turisme cultural.

Projecte 7. Turisme familiar.

Projecte 8. Turisme actiu i de natura.

LÍNIA 3. PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES TURÍSTICS

Projecte 9. Accions de promoció on-line.

Projecte 10. Accions de promoció off-line.

LÍNIA 4. GOVERNANÇA, TREBALL EN XARXA, CAPACITACIÓ I RECERCA DE FIANÇAMENT

Projecte 11. Enfortiment de l'àrea de turisme dins l'Ajuntament.

Projecte 12. Treball en xarxa amb els agents econòmics locals i supralocals.

Projecte 13. Impuls de l'emprenedoria a través la capacitació empresarial.

LÍNIA 1. MILLORA DE LA INFRAESTRUCTURA I EQUIPAMENTS VINCULATS AL TURISME.

Aquesta línia estratègica pretén adequar i senyalitzar els principals recursos i espais del municipi per millorar-ne l'accessibilitat i la qualitat de l'experiència turística. Inclou la creació d'un centre d'interpretació, aparcaments dissuasius, senyalització i espais familiars a la natura, tot garantint una integració paisatgística i una mobilitat sostenible.

Projecte 1. Centre d'Interpretació de l'obra de Josep Puig i Cadafalch.

Es proposa transformar la Casa d'Estiueig de Josep Puig i Cadafalch en un centre d'interpretació dedicat a la seva obra, aprofitant el valor arquitectònic i simbòlic de l'edifici. El projecte inclou la selecció de l'espai interpretatiu dins la casa, el disseny del relat museogràfic, la redacció d'un estudi tècnic d'adequació, les obres de condicionament i la producció dels materials expositius. Aquesta actuació dotarà Argentona d'un recurs cultural singular per posar en valor el llegat de l'arquitecte i reforçar el posicionament del municipi dins el modernisme català.

Projecte 2. Posada en valor del nucli urbà.

El projecte pretén posar en valor el centre urbà d'Argentona com a recurs turístic per si mateix. Inclou dues actuacions: l'elaboració d'un Pla de Pacificació i Millora Urbana, que detecti espais amb necessitat de millora i fomenti la mobilitat a peu, i l'establiment de pàrquings dissuasius a les entrades del municipi, que ajudin a reduir la presència de vehicles al centre i millorar l'experiència urbana per a residents i visitants.

Projecte 3. Senyalització de les rutes de natura del municipi.

Aquest projecte vol garantir una senyalització coherent i eficient de les rutes del municipi. Inclou l'estudi i execució de la senyalització interpretativa i direccional, la instal·lació d'un plafó informatiu de síntesi i la definició d'una imatge gràfica unificada per a les rutes, tot seguint criteris d'integració paisatgística i coherència territorial.

Projecte 4. Adequació d'un espai a la natura per al seu ús recreatiu per a famílies i infants.

Es planteja la creació d'un espai recreatiu en l'entorn natural proper al nucli urbà, pensat especialment per a famílies amb infants. El projecte inclou la selecció d'un espai accessible i integrat paisatgísticament, la redacció d'un projecte d'obres que prioritzi materials naturals i la seva execució. Aquest espai podrà esdevenir un punt final o parada de rutes familiars autoguiades.

Projecte 5. Impuls de la mobilitat turística sostenible

El projecte impulsa l'ecomobilitat turística a través del disseny i creació de vies ciclables naturalitzades al llarg de la riera d'Argentona i afluents. També contempla l'adequació d'espais per a l'estacionament de bicicletes i e-bikes. Es basa en estudis de la Diputació i preveu una xarxa de mobilitat sostenible que connecti Argentona amb els municipis veïns i fomenti el cicloturisme de proximitat.

LÍNIA 2. CONSOLIDACIÓ I CREACIÓ D'OFERTA TURÍSTICA SINGULAR I IDENTITÀRIA

L'objectiu és reforçar i ampliar l'oferta turística basada en els valors propis d'Argentona: el patrimoni modernista, el paisatge, el senderisme, la cultura i la vocació familiar. Es promou la creació de productes i rutes autoguiades, experiències gamificades i accions que posin en valor els recursos locals per construir una oferta singular i cohesionada.

Projecte 6. Turisme cultural.

Amb l'objectiu d'enriquir l'oferta turística d'Argentona, es proposa la creació de noves rutes autoguiades amb l'aigua i el modernisme com a eixos temàtics. Inclou la georeferenciació, senyalització i promoció de les rutes a través de canals específics, així com la incorporació d'una ruta cicloturística un cop desenvolupades les infraestructures previstes al projecte 5.

Projecte 7. Turisme familiar.

El projecte busca posicionar Argentona com a destí de turisme familiar. Inclou la creació d'una nova ruta gamificada vinculada a la temàtica de les fonts, l'adequació de materials i formats accessibles per a la ruta "l'Ona d'Argentona", i la promoció de Banys de Bosc per a famílies. També es preveu treballar l'adhesió al segell de Turisme Familiar de l'ACT i col·laborar amb el projecte "La Iaia del Maresme".

Projecte 8. Turisme actiu i de natura

Es pretén ampliar l'oferta de turisme actiu amb noves rutes de senderisme i cicloturisme. S'inclou la creació d'una ruta autoguiada temàtica "El Camí de l'Aigua i el Modernisme", i una ruta cicloturística aprofitant la infraestructura fluvial prevista. També es planteja l'organització d'esdeveniments esportius populars per donar a conèixer els nous recursos i captar públic aficionat al turisme actiu.

LÍNIA 3. PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ DELS PRODUCTES TURÍSTICS

Cal fer visible l'oferta turística d'Argentona amb accions de promoció professionals i ben segmentades. Es planteja desenvolupar una web de turisme, millorar les xarxes socials, impulsar campanyes publicitàries i crear material promocional de qualitat, a més de participar en fires i fam/press trips per captar públic objectiu i operadors.

Projecte 9. Accions de promoció online

Aquest projecte proposa accions digitals per donar a conèixer l'oferta turística del municipi. Inclou la creació d'una web o secció web específica de turisme, la gestió professionalitzada de les xarxes socials i el llançament de campanyes de publicitat online. També preveu la creació d'un banc d'imatges i vídeos de qualitat per a la promoció digital d'Argentona.

Projecte 10. Accions de promoció offline

El projecte planteja diverses accions fora de l'àmbit digital per donar visibilitat al destí. Inclou la creació de material promocional per a les rutes i experiències, la participació en fires de la mà d'ens comarcals i supracomarcals, el llançament de campanyes de promoció puntuals, i la col·laboració en l'organització de Fam Trips i Press Trips amb mitjans i operadors.

LÍNIA 4. GOVERNANÇA, TREBALL EN XARXA, CAPACITACIÓ I RECERCA DE FINANÇAMENT

Aquesta línia aposta per una àrea de turisme forta dins l'Ajuntament, amb estructura pròpia i pressupost, treballant en xarxa amb agents locals i supralocals. Es prioritzen la recerca de finançament, l'impuls a l'emprenedoria turística, la formació i la implicació activa de les empreses en projectes compartits i sostenibles.

Projecte 11. Enfortiment de l'àrea de turisme dins l'Ajuntament

Aquest projecte busca consolidar l'àrea de turisme com a departament fort dins l'Ajuntament. Inclou dotar-la de pressupost propi, externalitzar part de la gestió per guanyar capacitat operativa i promoure la recerca de finançament per executar accions del Pla. L'objectiu és garantir-ne la implementació mitjançant una estructura estable i eficient.

Projecte 12. Treball en xarxa amb els agents econòmics locals i supralocals

L'objectiu és millorar la coordinació i col·laboració entre els diferents agents turístics del territori. Es proposa crear una Taula de Turisme, fomentar l'adhesió al Compromís Biosphere i impulsar la participació de les empreses en el programa de Punts d'Informació Turística. Aquestes actuacions han de reforçar la governança i el posicionament del municipi com a destinació sostenible i cohesionada.

Projecte 13. Impuls de l'emprenedoria a través de la capacitat empresarial

Aquest projecte vol fomentar la creació i consolidació d'empreses turístiques a Argentona. Es proposa oferir programes de formació per a nous emprenedors, tallers per crear productes a partir dels recursos locals i serveis d'assessorament en digitalització. L'objectiu és dinamitzar el teixit econòmic vinculat al turisme i afavorir la generació d'ocupació local.

Línia estratègica 1. Millora de la infraestructura i equipaments vinculats al turisme

Projecte 1. Centre d'Interpretació de l'obra de Josep Puig i Cadafalch.

Un dels recursos patrimonials més rellevants d'Argentona és la Casa d'Estiueig de Josep Puig i Cadafalch, construïda entre els anys 1897 i 1905 i concebuda pel mateix arquitecte com a residència d'estiueig familiar. L'edifici és un exemple singular dins la seva obra, on es poden llegir amb claredat molts dels elements distintius del seu estil arquitectònic.

Aprofitant el projecte de museïtzació ja previst per part de l'Ajuntament, es proposa la creació d'un Centre d'Interpretació de l'obra de Josep Puig i Cadafalch, que permeti posar en valor la seva trajectòria professional i intel·lectual. Aquest centre oferirà una mirada divulgativa sobre les seves aportacions com a arquitecte, arqueòleg, historiador de l'art, polític i, en definitiva, figura clau en la cultura catalana del tombant de segle.

La casa mateixa esdevindrà el fil conductor del relat, tot explicant com Puig i Cadafalch entenia l'arquitectura domèstica, el simbolisme constructiu i la relació entre paisatge, tradició i modernitat. El centre reforçarà l'atractiu d'Argentona dins del mapa del modernisme català i contribuirà a inserir el municipi en els circuits turístics i culturals vinculats a aquest llegat.

Objectius específics

- Posar en valor els recursos del territori.
- Millorar l'experiència del visitant.
- Adaptar el territori per al seu ús turístic.

Actuacions

Selecció i definició de l'espai per al Centre d'Interpretació.

Aquesta actuació consisteix en identificar i reservar un espai concret dins la Casa d'Estiueig, compatible amb el projecte de museïtzació ja existent, per acollir el Centre d'Interpretació de l'obra de Puig i Cadafalch.

L'espai seleccionat haurà de garantir:

- Accessibilitat per a tot tipus de públics.

- Condicions òptimes per a la instal·lació de recursos museogràfics (llum, ventilació, mobilitat...).
- Visibilitat i fluïdesa dins del recorregut museístic general.

Disseny del relat interpretatiu i dels continguts expositius.

Es definirà el relat museogràfic específic del centre, centrat en la figura i l'obra de Josep Puig i Cadafalch. El relat haurà d'apropar el visitant a la seva trajectòria com a arquitecte, urbanista, intel·lectual i figura rellevant del catalanisme cultural, així com a la seva influència en el modernisme i l'arquitectura del país.

Els passos a seguir inclouen:

- Definició d'àmbits temàtics i missatges clau (obra arquitectònica, context històric, pensament, llegat).
- Ordenació del discurs expositiu i guió narratiu.
- Identificació de formats expositius: plafons, audiovisuals, maquetes, interactius, etc.

Estudi d'adequació museogràfica de l'espai.

Amb el relat i els continguts definits, es redactarà un estudi tècnic d'adequació de l'espai, que haurà de contemplar:

- Distribució interior dels continguts i fluxos de visitants.
- Instal·lació de suports i infraestructures necessàries.
- Millores tècniques (il·luminació, climatització, electricitat, etc.).
- Requisits de conservació i protecció del patrimoni arquitectònic.
- Pressupost detallat de les obres i equipaments previstos.

Aquest estudi ha d'actuar com a projecte executiu per a la fase d'obres i també com a document base per a la cerca de finançament o concurrència a subvencions culturals i turístiques.

Execució de les obres d'adequació.

Un cop aprovat l'estudi, s'executaran les obres necessàries per preparar l'espai físic del Centre d'Interpretació, garantint la seva funcionalitat museogràfica i el compliment de la normativa vigent. Aquestes obres poden incloure:

- Condicionament de paviments, parets i sostres.
- Instal·lació de sistemes de suport per a la museografia.
- Adaptacions per a la seguretat i accessibilitat (rampes, baranes, senyalització...).

- Integració de sistemes tècnics (llum, so, climatització...).

Producció dels materials expositius.

Finalment, es procedirà a la producció i instal·lació dels continguts museogràfics definits prèviament. Aquesta fase inclourà:

- Impressió i muntatge de plafons, gràfics i textos interpretatius.
- Producció d'audiovisuals, interactius o elements digitals si s'escauen.
- Preparació de materials educatius o familiars.
- Traducció dels continguts com a mínim al castellà i a l'anglès.
- Instal·lació definitiva dels elements a l'espai, seguint els criteris de l'estudi tècnic.

Resultats esperats

- 1 espai definit dins la Casa d'Estiueig com a suport del Centre d'Interpretació de l'obra de Puig i Cadafalch, ja sigui específic o integrat dins el conjunt museogràfic.
- 1 relat museogràfic complet dissenyat sobre l'obra i el llegat de Josep Puig i Cadafalch.
- 1 estudi d'adequació museogràfica redactat per a l'espai seleccionat.
- Obres d'adequació iniciades abans de la finalització del primer 50 % del període de vigència del Pla Estratègic.
- Mínim 3 elements expositius (gràfics, audiovisuals o interactius) dissenyats, produïts i instal·lats abans de la finalització del Pla.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
 Consell Comarcal del Maresme
 Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
 Diputació de Barcelona
 Generalitat de Catalunya
 Agència Catalana de Turisme
 Empreses especialitzades subcontractades
 Museu del Càntir
 Associació Cultural – Amics de Josep Puig i Cadafalch

Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local
 Visitants/turistes
 Empreses d'activitats

Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)

Comerç

Agències de viatge receptives

Entitats i associacions

Emprenedors

Pressupost

- Selecció i definició de l'espai dins la casa per al Centre d'Interpretació. – 2.000 € + RRHH propis per a la coordinació i gestió de les empreses subcontractades.
- Disseny del relat interpretatiu i dels continguts expositius.- 7.000 € + RRHH propis per a la coordinació i gestió de les empreses subcontractades.
- Estudi d'adequació museogràfica de l'espai. – 6.000 + RRHH propis per a la coordinació i gestió de les empreses subcontractades.
- Execució de les obres d'adequació.- 30.000 € + RRHH propis per a la coordinació i gestió de les empreses subcontractades.
- Producció dels materials expositius.- 10.000 € + RRHH propis per a la coordinació i gestió de les empreses subcontractades.

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional

- Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Superfície museogràfica habilitada per al centre (m²).
- Nombre de documents produïts (guions, disseny de continguts etc)
- Percentatge d'execució de les obres respecte a l'estudi inicial.
- Nombre de materials expositius creats i habilitats.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Selecció i definició de l'espai dins la casa per al Centre d'Interpretació.					
Disseny del relat interpretatiu i dels continguts expositius.					
Estudi d'adequació museogràfica de l'espai.					
Execució de les obres d'adequació.					
Producció dels materials expositius.					

Prioritat

- Selecció i definició de l'espai dins la casa per al Centre d'Interpretació. -alta
- Disseny del relat interpretatiu i dels continguts expositius. -alta
- Estudi d'adequació museogràfica de l'espai. - alta
- Execució de les obres d'adequació. - alta
- Producció dels materials expositius. - alta

Línia estratègica 1. Millora de la infraestructura i equipaments vinculats al turisme

Projecte 2. Posada en valor del nucli urbà.

Un dels principals recursos turístics dels municipis catalans és sovint el seu propi nucli urbà. Més enllà de la presència de recursos concrets, com pot ser la Casa d'Estiueig de Puig i Cadafalch o el Museu del Càntir, l'estructura urbana, els comerços de proximitat i l'arquitectura tradicional de les cases poden esdevenir un reclam turístic per si mateixos, o bé aportar valor afegit a l'oferta cultural existent.

En aquest sentit, Argentona parteix d'una base privilegiada: una trama urbana compacta en el seu centre històric, amb un eix comercial vianantitzat, un teixit comercial actiu —amb presència de comerços centenaris— i un paisatge urbà que conserva el caràcter històric, amb elements d'arquitectura modernista integrats dins la vila.

Tanmateix, la diagnosi ha posat de manifest alguns elements que cal abordar: la degradació de determinats trams de la trama urbana i les dificultats de convivència entre el trànsit rodat i els vianants, especialment en punts sensibles del centre. Aquests factors poden afectar negativament la imatge de la vila i condicionar l'experiència dels visitants si no s'hi actua. Preservar i millorar la qualitat urbana del centre d'Argentona és, doncs, una prioritat estratègica per garantir-ne l'atractiu turístic, comercial i social.

Objectius específics

- Posar en valor els recursos del territori.
- Millorar l'experiència del visitant.
- Adaptar el territori per al seu ús turístic.

Actuacions

Redacció d'un Pla de Pacificació i Millora Urbana del centre d'Argentona.

El centre d'Argentona és un espai de gran valor patrimonial, comercial i social, que cal preservar i potenciar com a espai de trobada, passeig, activitat econòmica i acollida de visitants. Al llarg de la diagnosi s'ha detectat la necessitat de millorar-ne la qualitat urbana en determinats punts així com treballar per pacificar el transit rodat. Per tal de planificar amb criteri les futures transformacions urbanes, es

proposa la redacció d'un Pla de Pacificació i Millora Urbana que identifiqui les necessitats del nucli i defineixi actuacions prioritzades per millorar l'experiència urbana.

Aquest Pla hauria d'incloure:

- Una diagnosi funcional de la mobilitat, els usos, els punts de conflicte i els dèficits de confort urbà.
- La identificació dels trams i espais amb major potencial per a la pacificació del trànsit o la seva reurbanització.
- Propostes de millora de la qualitat urbana (paviments, arbrat, mobiliari, enllumenat...).
- Mesures per afavorir la mobilitat a peu, l'accessibilitat universal i la convivència d'usos.

Establiment d'aparcaments dissuasius als accessos del municipi.

Una de les problemàtiques detectades durant el procés de diagnosi i participació ha estat la manca d'aparcament adequat a Argentona. Aquesta manca d'espai limita l'accessibilitat dels propis vilatans i dels turistes i visitants presents i futurs.

En aquest sentit, es proposa la creació d'aparcaments dissuasius als accessos del municipi, amb l'objectiu de facilitar l'arribada de visitants, evitar la congestió del centre i fomentar una mobilitat més sostenible.

Cal tenir en compte que, a diferència dels residents o dels usuaris del dia a dia, els visitants turístics no tenen la necessitat d'aparcar al centre històric, ja que disposen de temps per desplaçar-se a peu. De fet, aquest curt recorregut fins al nucli pot esdevenir una primera experiència agradable, especialment si es garanteix un entorn amable per al vianant.

Així doncs, l'establiment d'aparcaments dissuasius ha de permetre reduir la presència de vehicles al centre urbà, millorant la qualitat de l'experiència tant urbana com comercial. Alhora, ha de facilitar un accés ordenat i pràctic per als visitants, i contribuir de manera efectiva a la descarbonització i pacificació de la mobilitat interna del municipi, alineant-se amb els objectius de sostenibilitat i qualitat de vida locals.

Els passos previstos són:

- Identificació tècnica de solars o espais viables per ubicar els aparcaments dissuasius, prioritzant terrenys municipals o de fàcil cessió.

- Estudi tècnic per a habilitar el/s pàrquing/s dissuasius en l'espai/s escollit/s. Aquest estudi ha d'incloure:
 - La seva capacitat, accessibilitat i distància òptima respecte al centre.
 - Adequació bàsica de l'espai: paviment, il·luminació, senyalització i seguretat.
 - Coordinació amb la senyalització turística prevista en el projecte 3, per garantir la visibilitat i ús efectiu d'aquests espais.

Resultats esperats

- 1 Pla de Pacificació i millora urbana redactat i aprovat.
- Mínim de 2 espais identificats com a prioritaris per a la seva pacificació o millora urbana.
- Mínim una proposta de millora de la qualitat urbana en un espai concret.
- Mínim una proposta per afavorir la mobilitat a peu en un espai concret del centre.
- Mínim 2 espais identificats com a potencials per ubicar un aparcament dissuasiu.
- 1 estudi tècnic per habilitar un o més aparcaments dissuasius.
- Mínim 1 aparcament dissuasiu adequat i operatiu.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
 Consell Comarcal del Maresme
 Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
 Diputació de Barcelona
 Generalitat de Catalunya
 Agència Catalana de Turisme
 Empreses especialitzades subcontractades

Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local
 Visitants/turistes
 Empreses d'activitats
 Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)
 Comerç
 Agències de viatge receptives
 Associació de comerços i serveis Argentona es Mou

Pressupost

- Redacció del Pla de Pacificació i Millora Urbana del centre d'Argentona.- 15.000 € + RRHH per gestionar i coordinar les empreses subcontractades.
- Establiment d'aparcaments dissuasius als accessos del municipi. – 45.000 € + RRHH per gestionar i coordinar les empreses subcontractades.

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre d'espais identificats com a prioritaris per pacificar o millorar.
- Nombre de propostes d'intervenció urbana desenvolupades (a nivell d'avantprojecte o equivalent).
- Nombre de propostes per afavorir la mobilitat a peu i l'accessibilitat universal.
- Percentatge de propostes incorporades posteriorment a projectes executius o obres.
- Nombre d'espais analitzats com a possibles ubicacions per a aparcaments dissuasius.

- Nombre d'estudis tècnics de viabilitat per a aparcaments dissuasius redactats.
- Nombre d'aparcaments dissuasius creats o adequats.
- Capacitat total de places d'aparcament habilitades en aquests espais.
- Nombre d'usuaris o vehicles registrats en períodes punta.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Redacció del Pla de Pacificació i Millora Urbana del centre d'Argentona.					
Establiment d'aparcaments dissuasius als accessos del municipi.					

Prioritat

- Redacció del Pla de Pacificació i Millora Urbana del centre d'Argentona.- mitjana
- Establiment d'aparcaments dissuasius als accessos del municipi. - alta

Línia estratègica 1. Millora de la infraestructura i equipaments vinculats al turisme

Projecte 3. Senyalització de les rutes de natura del municipi.

La senyalització és un element clau per posar en valor els recursos i equipaments d'un territori. Més enllà de facilitar-ne la localització o el seguiment d'una ruta, una bona senyalització contribueix també a la interpretació del patrimoni i a l'experiència global del visitant. A més, per tal que un territori es pugui identificar com una destinació turística coherent, cal que la senyalització mantingui uns criteris comuns d'estil, disseny i llenguatge.

En el cas d'Argentona, s'està treballant amb la Diputació de Barcelona en la implementació de senyalització direccional dins de la Xarxa de Camins. Per complementar aquesta acció, serà necessari incorporar senyalització interpretativa en diferents punts del municipi, especialment en les rutes existents o previstes en el marc d'aquest Pla d'Acció.

La manca d'una infraestructura senyalitzadora completa i coherent limita la capacitat del municipi per generar productes turístics estructurats i, per tant, esdevé una prioritat estratègica abordar aquest repte de forma planificada i integradora.

Objectius específics

- Posar en valor els recursos del territori.
- Millorar l'experiència del visitant.
- Adaptar el territori per al seu ús turístic.

Actuacions

Estudi de la senyalització direccional de les rutes de senderisme i cicloturisme.

En coherència amb la senyalització direccional que s'està desplegant a la Xarxa de Camins de la mà de la Diputació de Barcelona, es proposa redactar un estudi que defineixi la senyalització específica per a les rutes de natura existents (com la Ruta de les Fonts) i les noves rutes senderistes i cicloturístiques que es desenvolupin en el marc del projecte 8.

Aquest estudi haurà de:

- Localitzar els punts estratègics on col·locar els senyals.
- Definir criteris de disseny i materials.
- Avaluar rutes ja senyalitzades, el seu estat i les possibles millores.
- Integrar elements d'altres sistemes comarcals o supramunicipals si escau.

Com a principi general, es prioritzarà una senyalització eficient amb el mínim impacte paisatgístic, optimitzant els punts de senyalització per garantir l'orientació sense sobrecarregar el medi. S'haurà de valorar l'aprofitament dels pals de senyalització ja implementats en el territori, en el marc de la senyalització direccional de la Xarxa de Camins de la Diputació de Barcelona.

Execució de la senyalització direccional de les rutes de senderisme i cicloturisme.

A partir de l'estudi previ, es durà a terme la instal·lació dels senyals direccionals corresponents a les noves rutes i a les ja existents que no estiguin senyalitzades. S'establirà un protocol anual de manteniment que inclourà la inspecció de les rutes, la detecció d'elements malmesos i la seva substitució si cal.

Incorporació de les noves rutes en el plafó informatiu.

Atès que el municipi ja disposa d'un plafó informatiu, es proposa actualitzar-ne el contingut per tal d'incorporar-hi les noves rutes proposades. Aquesta actualització ha de permetre situar geogràficament el visitant i oferir una visió sintètica i clara dels principals recursos d'Argentona, incloent-hi els itineraris i rutes, el patrimoni cultural, els equipaments esportius i altres punts d'interès. Més enllà de la seva funció informativa, la presència del plafó reforça la dimensió turística del municipi, evidenciant l'existència d'una oferta estructurada i d'interès.

Resultats esperats

- Senyalització d'un mínim de 3 rutes de senderisme o cicloturisme existents o de nova creació.
- Un informe anual sobre les activitats de manteniment de la senyalització.
- Reposició dels senyals identificats al informe de manteniment de la senyalització.
- Mínim un plafó informatiu instal·lat, actualitzat amb les noves rutes.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
 Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
 Diputació de Barcelona

Generalitat de Catalunya
Parc de la Serralada Litoral

Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local
Visitants/turistes
Empreses d'activitats
Agències de viatge receptives
Grup les Fonts
Grup de Muntanya d'Argentona

Pressupost

- Estudi de la senyalització direccional de les rutes de senderisme i cicloturisme. – Pressupost a determinar en funció del nombre de noves rutes que es creïn + RRHH propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades.
- Execució de la senyalització direccional de les rutes de senderisme i cicloturisme. - Pressupost a determinar en funció del nombre de noves rutes que es creïn + RRHH propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades.
- Incorporació de les noves rutes en el plafó informatiu. – 6.500 €

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:

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

Indicadors

- Nombre de noves rutes de senderisme i cicloturisme senyalitzades.
- Kms de rutes de senderisme i cicloturisme senyalitzades.
- Nombre d'informes de manteniment.
- Nombre de senyals reparades o canviades.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Estudi de la senyalització direccional de les rutes de senderisme i cicloturisme.					
Execució de la senyalització direccional de les rutes de senderisme i cicloturisme.					
Incorporació de les noves rutes en el plafó informatiu.					

Prioritat

- Estudi de la senyalització direccional de les rutes de senderisme i cicloturisme. -mitjana
- Execució de la senyalització de les rutes de senderisme i cicloturisme. - mitjana
- Incorporació de les noves rutes en el plafó informatiu - baixa

Línia estratègica 1. Millora de la infraestructura i equipaments vinculats al turisme

Projecte 4. Adequació d'un espai a la natura per al seu ús recreatiu per a famílies i infants.

Argentona disposa, a tocar del nucli urbà, d'un entorn natural de gran qualitat paisatgística i amb un accés fàcil, fet que constitueix un actiu destacat del municipi. Alhora, per la seva mida, seguretat i oferta d'activitats, Argentona és també un municipi acollidor per a les famílies, tant residents com visitants.

Tot i comptar amb àmplies zones naturals, actualment no existeix cap espai específicament equipat perquè infants i famílies puguin gaudir d'activitats lúdiques o de descans en plena natura, amb comoditat i seguretat. Aquesta mancança representa una oportunitat clara per generar un nou recurs turístic i de lleure vinculat al benestar i a la natura.

La demanda social d'espais per desconectar del ritme urbà i reconnectar amb el medi natural és creixent, especialment entre les famílies amb infants. Aquest interès es veu reforçat pel context geogràfic d'Argentona: la seva proximitat a Barcelona i a altres àrees metropolitanes fa que pugui esdevenir un destí ideal per a escapades curtes de cap de setmana o d'un dia, orientades al lleure familiar a l'aire lliure.

Objectius específics

- Millorar l'experiència del visitant.
- Adaptar el territori per al seu ús turístic.

Actuacions

Selecció de l'espai natural idoni.

Argentona disposa de diversos espais naturals potencialment aptes per a l'establiment d'una zona de joc a la natura. El primer pas serà seleccionar l'emplaçament més adequat, tenint en compte criteris com:

- Facilitat d'accés a peu des del nucli urbà.
- Combinació equilibrada d'espais assolellats i zones d'ombra natural.
- Presència d'elements paisatgístics diversos (relleu, vegetació, roques, etc.) que permetin dissenyar jocs sensorials i motrius integrats amb l'entorn.

Alhora, s'evitarà ubicar-lo en espais que continguin valors naturals o culturals sensibles, per garantir la seva protecció i sostenibilitat a llarg termini.

Redacció del projecte tècnic i estudi de viabilitat.

Un cop definit l'espai, es redactarà el projecte tècnic d'adequació, que haurà de contemplar:

- Definició de les propostes de joc i dels seus materials (basats en fusta natural, cordes, sorra, etc.).
- Tractament mínim del terreny per garantir seguretat i funcionalitat, amb un disseny plenament integrat en el paisatge.
- Ús exclusiu de tècniques de bioconstrucció i materials naturals, evitant l'impacte sobre els ecosistemes propers.
- Incorporació d'elements que contribueixin a posar en valor l'espai natural, com senyalització interpretativa o bancs fets amb fusta local.

Aquest projecte permetrà valorar la viabilitat econòmica, ambiental i tècnica de l'actuació.

Execució de les obres d'adequació.

La fase final consistirà en l'execució de l'espai recreatiu, d'acord amb el projecte tècnic aprovat. L'actuació haurà de prioritzar la mínima intervenció i màxima integració paisatgística, creant un espai acollidor, segur i pedagògic.

Un cop obert al públic, aquest espai es podrà incorporar com a punt final o d'interès dins de les rutes gamificades i familiars proposades al Projecte 7 de Turisme Familiar, reforçant així la seva funció turística.

Resultats esperats

- 1 espai natural adequat per al joc d'infants.
- Mínim 3 jocs per a infants

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
Diputació de Barcelona
Agència Catalana de Turisme
Empreses especialitzades subcontractades

Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local
Visitants/turistes
Empreses d'activitats
Agències de viatge receptives
Entitats i associacions

Pressupost

- Selecció de l'espai natural idoni. – RRHH propis
- Redacció del projecte tècnic i estudi de viabilitat.- a partir de 15.000 € + RRHH propis per gestiona i coordinar les empreses subcontractades.
- Execució de les obres d'adequació. – a determinar en funció del projecte d'obres.

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre d'hectàrees d'espai a la natura arranjades per a espai recreatiu.
- Nombre de jocs per a infants.

- Nombre d'activitats dirigides a infants dutes a termes en aquest espai.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Selecció de l'espai natural idoni.					
Redacció del projecte tècnic i estudi de viabilitat.					
Execució de les obres d'adequació.					

Prioritat

- Selecció de l'espai natural idoni.- baixa
- Redacció del projecte tècnic i estudi de viabilitat .- baixa
- Execució de les obres d'adequació.- baixa

Línia estratègica 1. Millora de la infraestructura i equipaments vinculats al turisme

Projecte 5. Impuls de la mobilitat turística sostenible.

La mobilitat sostenible és una tendència creixent en el turisme arreu d'Europa, especialment en aquells territoris que aposten per un model més responsable i respectuós amb l'entorn. En tant que el turisme és un important generador de fluxos de mobilitat, la sostenibilitat d'un destí passa també per transformar la manera com es desplacen els seus visitants.

Més enllà dels beneficis ambientals, la promoció de l'ecomobilitat obre la porta a la creació de productes turístics específics, especialment vinculats al turisme actiu. Un bon exemple n'és l'ús de la bicicleta —convencional o elèctrica— per fer rutes d'oci, descoberta o esport, la qual cosa atrau un perfil de visitant interessat en la natura, l'activitat física i les escapades de proximitat.

Perquè aquesta aposta sigui viable i competitiva, és imprescindible dotar el municipi de la infraestructura i les condicions adequades. En aquest sentit, el present Pla d'Acció inclou diverses actuacions orientades a impulsar la mobilitat turística sostenible a Argentona, contribuint tant a la descarbonització com a la diversificació de l'oferta turística del municipi.

Objectius específics

- Millorar l'experiència del visitant.
- Adaptar el territori per al seu ús turístic.

Actuacions

Disseny i execució d'una via ciclable naturalitzada al llarg de la riera d'Argentona i els seus afluents.

L'any 2015, la Diputació de Barcelona va presentar l'Estudi per a la identificació dels camins esportius de la demarcació de Barcelona, amb l'objectiu de definir futures vies ciclables vinculades als corredors fluvials de la província. Aquest estudi identificava la riera d'Argentona i els seus afluents —les rieres de Dosrius, Riudemeia i Clarà— com a espais idonis per al desenvolupament de rutes ciclables naturalitzades.

En aquest mateix document també es fa referència a la Declaració de la Riera d'Argentona, signada l'any 2006 entre els ajuntaments d'Argentona i Mataró, on es plantejava la creació d'una xarxa de carrils bici dins el marc d'un futur Parc Fluvial.

Prenent com a referència aquestes propostes, el present Pla d'Acció planteja l'execució d'una via ciclable naturalitzada que segueixi el traçat de la riera d'Argentona i que connecti el municipi amb els nuclis veïns d'Òrrius, Dosrius i el veïnat de Clarà. Aquesta infraestructura permetria reforçar l'atractiu cicloturístic del municipi, oferint un entorn amable, segur i integrat amb el paisatge natural.

Per fer-ho possible, es proposen les següents subactuacions:

- Redacció d'un estudi tècnic per acotar el traçat detallat de les vies ciclables naturalitzades, seguint les indicacions de l'estudi de la Diputació.
- Redacció del projecte d'obres de les vies fluvials ciclables.
- Redacció del projecte de senyalització específic per a aquestes rutes.
- Execució de les obres d'adequació i condicionament de les vies ciclables naturalitzades.

Adequació d'espais per a l'aparcament de bicicletes i e-bikes.

Una peça clau per consolidar el municipi com a destinació cicloturística és disposar d'infraestructura d'aparcament segur per a bicicletes, especialment en espais estratègics. Això inclou suports per a bicicletes convencionals i punts de recàrrega per a e-bikes.

Es proposa la instal·lació d'aquestes infraestructures en diversos punts del municipi, amb les següents subactuacions:

- Selecció d'espais prioritaris per a la instal·lació dels aparcaments. Es plantegen dues ubicacions estratègiques inicials:
 - Centre urbà, per facilitar l'accés dels cicloturistes als comerços, restaurants i equipaments de la vila.
 - Al llarg de les futures vies fluvials ciclables, en punts clau definits en el projecte 4 (on es proposa el disseny d'una ruta cicloturística en el projecte 8 del present Pla d'Accions).

Aquestes infraestructures hauran de garantir seguretat, funcionalitat i integració paisatgística, amb materials resistents i sistemes de recàrrega compatibles amb les e-bikes.

Resultats esperats

- Mínim 1 via ciclable fluvial

- Mínim de 3 aparcaments per a bicicletes
- Mínim 1 estació de recàrrega de bicicletes elèctriques.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
 Consell Comarcal del Maresme
 Diputació de Barcelona
 Generalitat de Catalunya
 Parc de la Serralada Litoral
 Ajuntament de Mataró
 Ajuntament d'Òrrius
 Ajuntament de Dosrius

Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local
 Visitants/turistes
 Empreses d'activitats

Pressupost

- Disseny i execució d'una via ciclable naturalitzada al llarg de la riera d'Argentona i els seus afluents.- A partir de 100.000 € + RRHH propis per gestionar i coordinar les empreses subcontractades.
- Adequació d'espais per a l'aparcament de bicicletes i e-bikes. A partir de 15.000 € + RRHH propis per gestionar i coordinar les empreses subcontractades.

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.

- Programes “Experiencias Turismo España” i “Destino Turístico Inteligente” conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre de km de noves vies fluvials ciclables
- Nombre d'aparcaments per a bicicletes
- Nombre d'estacions de recàrrega per bicicletes elèctriques.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Disseny i execució d'una via ciclable naturalitzada al llarg de la riera d'Argentona i els seus afluents.					
Adequació d'espais per a l'aparcament de bicicletes i e-bikes.					

Prioritat

- Disseny i execució d'una via ciclable naturalitzada al llarg de la riera d'Argentona i els seus afluents. - mitjana
- Adequació d'espais per a l'aparcament de bicicletes i e-bikes. - alta

Línia estratègica 2. Consolidació i creació d'oferta turística singular i identitària

Projecte 6. Turisme cultural.

Els recursos culturals són un dels actius principals d'Argentona. Es tracta d'elements consolidats, diversos i fortament vinculats a la identitat local. Es tracta d'elements diversos, consolidats i amb una forta càrrega identitària. Alguns disposen d'un equipament propi, convertint-se així en atractius per si mateixos. És el cas, en primer lloc, del Museu del Càntir, pioner en la museografia moderna i amb milers de visites anuals.

També destaca el patrimoni vinculat al modernisme català, amb la casa d'estiueig de Puig i Cadafalch com a màxim exponent d'aquest moviment cultural i arquitectònic a la vila. A tot això, s'hi suma la presència de les fonts, profundament arrelades a la identitat local i estretament connectades amb la tradició de l'estiueig burgès català de finals del segle XIX i principis del segle XX.

Tot i que el Museu del Càntir ja actua com a pol d'atracció turística, el conjunt del patrimoni cultural d'Argentona presenta un alt potencial per atraure nous visitants i generar, alhora, més dinamisme econòmic. Actualment, ja s'hi ofereixen visites guiades. Aquest projecte proposa complementar l'oferta cultural existent amb un conjunt d'actuacions orientades a captar un major nombre de turistes i visitants interessats en la cultura, tot facilitant que el seu pas per la vila reverteixi positivament en el comerç local.

Un dels elements clau per assolir aquest objectiu serà la posada en valor del patrimoni modernista, un llegat de rellevància no només nacional sinó també europea, amb la capacitat de captar tant turisme de proximitat com visitants internacionals motivats per la cultura.

Objectius específics

- Posar en valor els recursos locals per incrementar-ne la capacitat d'atracció i de generació de dinamisme econòmic.
- Consolidar l'oferta turística existent i impulsar la creació de noves propostes singulars i identitàries.

Actuacions

Noves rutes culturals auto-guiades i, incorporació d'activitat complementària a les rutes guiades existents actualment.

Argentona programa, durant la primavera i la tardor, un conjunt de rutes guiades pel patrimoni de la vila. Malgrat comptar amb un públic assistent consolidat, es considera que encara es podria incrementar el nombre de participants si aquestes rutes s'acompanyessin d'activitats complementàries.

Mantenir aquestes quatre rutes en format guiat és fonamental, ja que actualment conviuen dos perfils de visitants: aquells que prefereixen una visita autònoma i aquells que valoren l'atenció personalitzada i el coneixement que aporta el guia. No obstant això, per incrementar l'assistència a les rutes guiades, es proposa incorporar activitats complementàries que generin més atractiu.

En general, dues tipologies d'activitats resulten especialment exitoses:

- Degustacions de productes locals.
- Tallers vinculats a l'artesanía o la cultura local.

D'acord amb aquesta estratègia, es proposa el següent model d'activitats associades a cada ruta:

- Ruta íntima de Puig i Cadafalch + degustació de producte local
- Ruta Argentona, un viatge en el temps + degustació de producte local
- Ruta vila modernista d'estiueig + degustació de producte local
- Ruta de fets i llegendes + taller de ceràmica

Paral·lelament, cal tenir en compte el perfil de turistes i visitants culturals que prefereixen realitzar la visita de manera autònoma, però sense renunciar a una experiència de qualitat i detallada. Per a aquest públic, es proposa oferir les rutes en format autoguiat i audioguiat.

En aquest sentit, es planteja convertir les mateixes tres rutes actuals (excepte la de "Fets i llegendes") en itineraris autoguiats:

- Els usuaris podran iniciar la ruta al Museu del Càntir, on trobaran codis QR per escanejar.
- Cadascun d'aquests codis enllaçarà a una web o webapp que oferirà:
 - L'audioguia corresponent.
 - Un mapa interactiu (basat en Google Maps o similar) per facilitar el seguiment de la ruta.

- A cada element patrimonial s'instal·larà una petita placa amb el número identificatiu dins de la ruta i un codi QR corresponent.
- A més, al Museu del Càntir, durant l'horari d'obertura, s'oferiran auriculars i mapes impresos per als visitants que ho prefereixin.

Un exemple d'aquest model de visita autoguiada el trobem a Dublín, amb l'experiència turística [“The Book of Kells Experience”](#) al Trinity College.

Els passos a seguir per part de l'empresa subcontractada per desenvolupar aquest projecte seran:

- Elaboració dels continguts de les audioguies, partint del recorregut de les rutes guiades actuals.
- Integració dels continguts en una plataforma web o webapp.
- Preparació del material físic necessari: senyalització dels recursos i impressió del mapa de la ruta.

Finalment, en el marc del Projecte 3 del present Pla d'Acció (relatiu a la senyalització del patrimoni), s'haurà de garantir que cada element patrimonial senyalitzat incorpori també la seva referència dins de les rutes autoguiades.

Nova ruta guiada teatralitzada, de recreació històrica de l'època de l'estiueig de la burgesia catalana.

Un dels trets més distintius de la història d'Argentona és haver estat escenari de l'estiueig de la burgesia catalana a finals del segle XIX i inicis del segle XX. Aquest període històric, forma part de l'imaginari col·lectiu de la societat catalana, especialment a les comarques properes a Barcelona. Va transformar profundament la societat burgesa de l'època i es considera precursor de l'actual model de turisme de proximitat.

Argentona té la gran sort de conservar una part important del patrimoni representatiu d'aquell període, com són les cases modernistes i les fonts naturals, espais on les famílies burgeses recollien aigua i es refugiaven de la calor estival.

Aquest període, ha estat sovint recreat en l'àmbit cinematogràfic per la seva gran bellesa visual: la classe social, la vestimenta, l'arquitectura i els ambients naturals que l'acompanyen configuren un univers estètic molt atractiu. Per aquest motiu, considerem que una ruta teatralitzada basada en la recreació d'aquest període pot esdevenir una proposta d'alt valor, tant per la seva capacitat d'atracció com per la seva repercussió en la promoció turística d'Argentona.

Actualment existeixen diverses empreses especialitzades en el disseny i execució d'aquest tipus de rutes, amb actors professionals que ofereixen una experiència viva, immersiva i adequada tant per a públic adult com familiar.

La ruta permetrà descobrir tant el centre històric d'Argentona, amb els seus elements arquitectònics, com l'entorn natural on es localitzen les fonts. Es proposa programar aquesta activitat un cop al mes, entre els mesos d'abril i octubre, coincidint amb la temporada alta de visitants.

Paquet turístic “Visita Museu del Càntir + Menú de producte local en un restaurant del municipi, servit amb Terrissa” + record vinculat a la ceràmica.

El Museu del Càntir constitueix l'equipament cultural de referència d'Argentona. Amb una museografia moderna i una programació d'exposicions temporals que sovint inclou artistes de projecció internacional, el Museu s'ha consolidat com un pol d'atracció de visitants al municipi.

Amb l'objectiu de maximitzar l'impacte del Museu en el conjunt del sector turístic i econòmic local, es proposa la creació d'un paquet turístic especial que combini la visita cultural amb una experiència gastronòmica singular.

Aquest paquet inclouria:

- Entrada al Museu del Càntir.
- Dinar amb descompte en un restaurant local, amb un menú especial elaborat amb producte de proximitat i servit en vaixel·la de terrissa local.
- Record vinculat a la ceràmica per a cada comensal, com a obsequi a càrrec de l'Ajuntament.

La iniciativa es proposa com una promoció a dur a terme al llarg de tot l'any.

Tenint en compte la complexitat jurídica que comporta la comercialització conjunta d'un paquet turístic entre entitats públiques i empreses privades, es planteja començar amb un model de promoció conjunta amb pagament per separat:

- Els visitants que accedeixin al Museu rebran un comprovant (o podran mostrar la mateixa entrada) que els permetrà gaudir d'un descompte en el menú especial dissenyat pels restaurants adherits a la campanya.
- Cada restaurant establirà un menú de producte local específic per a aquesta promoció, que haurà de respectar:
- En finalitzar l'àpat, els restaurants obsequiaran els comensals amb un record vinculat a la ceràmica.

Aquesta acció permetrà:

- Enfortir el posicionament d'Argentona com a destinació cultural i gastronòmica.
- Potenciar el comerç local i els productors de proximitat.
- Generar una experiència memorable i diferenciada per als visitants, reforçant el relat de la vila com a bressol de la ceràmica.

En un futur, amb l'obertura del Centre d'Interpretació de Josep Puig i Cadafalch en la seva casa d'estiueig, es podrà incorporar aquest recurs cultural en el present paquet turístic.

Resultats esperats

- Mínim d'1 nova ruta cultural autoguiada cada any (amb audioguia i codis QR).
- Mínim programar 4 rutes guiades anuals amb activitat complementària.
- Mínim 3 sessions anuals de la nova ruta teatralitzada.
- Participació mínima de 3 restaurants locals en el paquet turístic "Museu del Càntir + Menú".
- Distribuir de mínim 100 càntirs de record per any (1 càntir per comensal), entre els participants del paquet turístic.
- Increment d'un mínim de 15% anual en el nombre de participants a les rutes guiades (respecte a l'any de partida).

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
Diputació de Barcelona
Generalitat de Catalunya
Agència Catalana de Turisme
Empreses especialitzades subcontractades
Grup les Fonts
Museu del Càntir
Productors agroalimentaris i artesans
Empreses d'activitats
Associació Cultural – Amics de Josep Puig i Cadafalch
Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)
Associació de comerços i serveis Argentona es Mou

Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local

Visitants/turistes
Empreses d'activitats
Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)
Agències de viatge receptives
Productors agroalimentaris i artesans

Pressupost

- Noves rutes culturals auto-guiades i, incorporació d'activitat complementaria a les rutes guiades existents actualment. - 5.000 € la primera ruta, 4.000 € per les altres rutes + RRHH propis per gestionar i coordinar les empreses subcontractades.
- Nova ruta guiada teatralitzada, de recreació històrica del període històric de l'estiueig de la burgesia catalana. - 6.700 € + RRHH propis per gestionar i coordinar les empreses subcontractades.
- Paquet turístic "Visita Museu del Càntir + Menú de producte local en un restaurant del municipi, servit amb Terrissa" + record vinculat a la ceràmica. - 2.600 €

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre total de rutes guiades i autoguiades programades anualment.
- Nombre de participants a les rutes guiades.
- Percentatge d'increment de participants a les rutes autoguiades respecte a l'any anterior.
- Nombre de rutes autoguiades actives amb codis QR i audioguies.
- Nombre de visites al contingut web/webapp de les rutes autoguiades.
- Número d'activitats complementàries associades a rutes (degustacions, tallers) realitzades.
- Nombre de sessions de la ruta teatralitzada programades anualment.
- Nombre de participants a la ruta teatralitzada
- Nombre de restaurants participants en el paquet turístic Museu + Menú.
- Nombre de visitants que adquireixen el pack Museu + Menú.
- Impacte econòmic estimat en restauració i comerç local

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Noves rutes culturals auto-guiades i, incorporació d'activitat complementaria a les rutes guiades existents actualment.					
Nova ruta guiada teatralitzada, de recreació històrica del període històric de l'estiueig de la burgesia catalana.					
Paquet turístic "Visita Museu del Càntir + Menú de producte local en un restaurant del municipi, servit amb Terrissa" + record vinculat a la ceràmica.					

Prioritat

- Noves rutes culturals auto-guiades i, incorporació d'activitat complementaria a les rutes guiades existents actualment. - alta
- Nova ruta guiada teatralitzada, de recreació històrica del període històric de l'estiueig de la burgesia catalana. - baixa
- Paquet turístic "Visita Museu del Càntir + Menú de producte local en un restaurant del municipi, servit amb Terrissa" + record vinculat a la ceràmica. - mitjana

Línia estratègica 2. Consolidació i creació d'oferta turística singular i identitaria

Projecte 7. Turisme familiar.

Les dimensions d'Argentona, la seva estructura urbana i el seu dinamisme social han fet que cada vegada més famílies escullin el municipi com a lloc per viure-hi amb els seus fills. Tal com s'ha posat de manifest als processos participatius del present Pla Estratègic, Argentona és una vila amable per a les famílies, que ofereix condicions de seguretat, lleure, cultura i contacte amb la natura ideals per als infants.

Aquestes mateixes característiques són altament valorades pel turisme familiar, que busca destinacions que ofereixin un entorn segur, activitats adaptades i experiències de qualitat, fugint de ciutats o municipis on aquestes condicions no es donen.

Tot i aquest potencial, l'oferta actual de propostes específiques orientades al turisme familiar a Argentona encara pot ser ampliada i enriquida. En aquest sentit, cal considerar que, tant des del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme com des de l'Agència Catalana de Turisme (ACT), s'està impulsant de manera decidida la promoció del turisme familiar com a eix estratègic.

Davant aquest context i l'evolució creixent de la demanda de turisme familiar al nostre país, Argentona disposa del potencial necessari per consolidar-se com una destinació de referència en aquest segment i aprofitar aquesta oportunitat per al desenvolupament turístic local.

Objectius específics

- Posar en valor els recursos locals per incrementar-ne la capacitat d'atracció i de generació de dinamisme econòmic.
- Consolidar l'oferta turística existent i impulsar la creació de noves propostes singulars i identitàries.

Actuacions

Creació d'experiències per a infants

Amb l'objectiu de dotar Argentona de productes turístics específicament dirigits als infants, es proposa aprofitar tres recursos emblemàtics del municipi per crear experiències de temàtiques diverses que permetin als més petits aprendre i adquirir nous valors a través del patrimoni local.

Els recursos seleccionats són: el modernisme, les fonts i el bosc. A partir d'aquests, es proposen tres experiències:

- Reedició o adaptació de la Ruta Gamificada "L'Ona d'Argentona"

L'Ajuntament d'Argentona va crear fa uns anys una ruta gamificada amb el patrimoni modernista com a fil conductor. Tot i que el material està elaborat, actualment la ruta no està implementada.

Es proposa:

- Revisar el contingut narratiu (amb les mínimes adaptacions necessàries) per assegurar que continuï sent vigent.
- Adaptar el material a les tecnologies actuals, especialment pel que fa a la compatibilitat de plataformes i dispositius.
- Assegurar el bon funcionament tècnic de l'aplicatiu o suport digital abans de la seva reactivació.

Aquesta acció seria relativament ràpida i econòmica d'executar, permetent a Argentona recuperar una eina atractiva dirigida específicament a públic infantil.

- Creació de la Ruta Gamificada "Les Fonts d'Argentona"

Les fonts del municipi ofereixen un escenari natural immillorable per al desenvolupament d'una nova ruta gamificada. A més de l'interès històric, l'activitat permetria inculcar valors mediambientals i de respecte per l'entorn.

La ruta gamificada es basaria en una WebApp i comportaria els següents passos:

- Disseny de l'itinerari i definició del marc narratiu.
- Recollida i organització de continguts (fotografies, vídeos, documents històrics).
- Redacció dels guions que estructurin els relats, itineraris i proves del joc.
- Disseny de l'arquitectura de la WebApp, assegurant una navegació intuïtiva per a infants.
- Creació i integració dels continguts digitals dins de la plataforma.

En aquest punt serà necessari valorar tècnicament si la nova ruta adopta la mateixa estructura tecnològica que la ruta "L'Ona d'Argentona", o si, per contra, es redefineix l'arquitectura de totes dues rutes per unificar-les en una plataforma comuna.

- Bany de bosc per a famílies

El turisme de benestar i de connexió amb la natura és una tendència en creixement, i cada vegada són més les famílies i centres educatius que promouen la desacceleració i el mindfulness entre els infants. Argentona disposa d'un entorn natural ideal per desenvolupar activitats de bany de bosc adaptades a tota la família.

- Els passos previstos per implementar aquesta activitat són:
- Identificar zones de bosc de fàcil accés, amb alt valor paisatgístic i tranquil·litat.
- Dissenyar un itinerari de màxim 1-2 km, apte per infants i famílies.
- Contractar un guia especialitzat en mindfulness i activitats de natura per a infants.
- Definir conjuntament les parades del recorregut, associades a exercicis de respiració conscient, activitats sensorials i connexió amb l'entorn.

Aquest bany de bosc permetrà oferir una activitat singular, alineada amb les noves tendències de turisme sostenible i familiar. Aquesta experiència podria finalitzar en l'espai recreatiu a la natura previst en el projecte 4 del present Pla d'acció.

Inclusió de les noves rutes dins el projecte "la Iaia del Maresme" del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.

Amb l'objectiu de potenciar l'oferta de turisme familiar d'Argentona i aprofitar les sinergies amb iniciatives comarcals, es proposa la inclusió de les noves rutes i activitats familiars desenvolupades pel municipi dins del projecte "La Iaia del Maresme", impulsat pel Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.

Actualment, Argentona ja forma part de la Ruta 7 de la Guia de la Iaia del Maresme, compartint protagonisme amb municipis com Dosrius, Òrrius i Cabrera de Mar. Aquesta ruta ofereix una combinació d'enigmes, reptes i descobertes pensades per al públic familiar .

Les noves propostes d'Argentona, com la reedició de la Ruta Gamificada "L'Ona d'Argentona", la creació de la Ruta Gamificada "Les Fonts d'Argentona" i l'activitat de

bany de bosc per a famílies, s'alineen perfectament amb l'esperit lúdic i educatiu de la Guia de la Iaia del Maresme. La seva inclusió en aquest projecte comarcal permetria:

- Ampliar l'oferta d'activitats familiars disponibles a la comarca, oferint noves experiències als visitants.
- Donar visibilitat a les iniciatives locals d'Argentona dins d'un marc promocional més ampli i consolidat.
- Fomentar la col·laboració intermunicipal, enfortint els llaços entre els diferents municipis del Maresme.
- Aprofitar els canals de difusió i promoció del Consorci per arribar a un públic més ampli.

Per dur a terme aquesta inclusió, es proposa:

- Contactar amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme per presentar les noves propostes i explorar les vies de col·laboració.
- Adaptar les noves activitats als formats i requisits establerts pel projecte de la Iaia del Maresme, assegurant la coherència i integració amb les rutes existents.
- Establir un calendari de promoció conjunta, aprofitant esdeveniments i campanyes del Consorci per donar a conèixer les noves propostes.

Aquesta actuació contribuirà a posicionar Argentona com a destinació destacada dins del turisme familiar al Maresme, reforçant la seva identitat i atractiu per a les famílies.

Treballar per l'adhesió del municipi al segell "Catalunya, Hola Família" de l'ACT de la mà del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.

Amb l'objectiu de reforçar el posicionament d'Argentona com a destinació de turisme familiar i aprofitar les iniciatives de promoció especialitzades impulsades per l'Agència Catalana de Turisme (ACT), es proposa treballar l'adhesió del municipi al programa "Catalunya, Hola Família!".

Aquest segell reconeix les destinacions que ofereixen una oferta turística de qualitat, adaptada a les necessitats de les famílies amb infants i adolescents, i suposa una oportunitat per augmentar la visibilitat i la competitivitat d'Argentona dins del segment familiar.

Aquesta adhesió permetria a Argentona:

- Accedir a campanyes de promoció específiques de turisme familiar.
- Reforçar la seva presència en accions comercials i de difusió a nivell català i internacional.
- Alinear-se amb la tendència creixent de la demanda de destinacions familiars, consolidant la seva oferta turística.

Per assolir aquest objectiu, es plantegen els següents passos:

- Revisió dels requisits del Programa de Turisme Familiar de l'ACT.
- Elaboració d'un dossier de candidatura, detallant l'oferta familiar d'Argentona i els serveis adaptats.
- Coordinació amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, que donarà suport en el procés d'adhesió.
- Contacte directe amb l'ACT per la presentació formal de la candidatura i seguiment del procés d'avaluació.

Resultats esperats

- Mínim 1 ruta gamificada per a infants.
- Mínim 1 experiència de turisme de benestar per a famílies.
- Mínim 1 experiència per a infants inclosa dins el projecte la iaia del Maresme
- Mínim 1 contacte anual amb l'ACT i el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme per obtenir el segell "Catalunya, Hola Família". (A partir de l'any 2028).

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
 Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
 Diputació de Barcelona
 Agència Catalana de Turisme
 Empreses especialitzades subcontractades
 Empreses d'activitats

Identificació dels/de les destinataris/àries

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

Pressupost

- Creació d'experiències per a infants. – 10.000 € + RRHH propis per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades.
- Inclusió de les noves rutes dins el projecte “la iaia del Maresme” del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme. - RRHH propis
- Treballar per l'adhesió del municipi al segell “Catalunya, Hola Família” de l'ACT de la mà del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme. – RRHH

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les “Actuaciones de Cohesión entre Destinos” que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes “Experiencias Turismo España” i “Destino Turístico Inteligente” conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre de rutes gamificades actives al municipi.
- Trànsit a les webapps de les rutes gamificades.
- Nombre de sessions anuals de bany de bosc per a famílies.
- Nombre de famílies participants a l'experiència de bany de bosc per a famílies.
- Nombre d'activitats familiars promocionades a través de la Guia de la iaia del Maresme.

- Nombre de contactes amb l'ACT i el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme per treballar per al segell "Catalunya, Hola, Família"

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Creació d'experiències per a infants					
Inclusió de les noves rutes dins el projecte "la iaia del Maresme" del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.					
Treballar per l'adhesió del municipi al segell "Catalunya, Hola Família" de l'ACT de la mà del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.					

Prioritat

- Creació d'experiències per a infants - mitjana
- Inclusió de les noves rutes dins el projecte "la iaia del Maresme" del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme. - baixa
- Treballar per l'adhesió del municipi al segell "Catalunya, Hola Família" de l'ACT de la mà del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme. - baixa

Línia estratègica 2. Consolidació i creació d'oferta turística singular i identitaria

Projecte 8. Turisme d'actiu i natura.

El turisme actiu i de natura és un nínxol de mercat en creixement constant. Cada vegada més persones busquen escapades que combinin activitat física i contacte amb la natura, fruit d'una major consciència sobre els beneficis d'una vida saludable i del valor dels entorns naturals propers.

Argentona gaudeix d'un entorn geogràfic privilegiat, ideal per acollir aquest perfil de visitant —sobretot de proximitat— que vol fer rutes curtes els caps de setmana o en dies festius. A més, l'adopció generalitzada de la bicicleta elèctrica i la millora de la qualitat de vida han contribuït a ampliar el perfil d'usuaris, amb un segment sènior actiu que representa una oportunitat per desestacionalitzar la demanda turística.

Actualment, Argentona disposa de quatre rutes de senderisme integrades a l'app Natura Local i tres rutes de les Fonts promogudes pel Grup les Fonts. Tot i així, no compta amb cap ruta específica de cicloturisme, una activitat cada vegada més popular que no només es practica en vies verdes de llarga distància, sinó també en recorreguts curts. El Projecte 5 del present pla obre la porta al desenvolupament d'aquesta nova oferta cicloturista.

D'altra banda, cal destacar el potencial del municipi en l'organització d'esdeveniments esportius locals, com la Burriac Xtrem o la Marxa de les Fonts, que atrauen centenars de participants. Aquesta experiència organitzativa pot esdevenir clau per promocionar les futures rutes i reforçar el posicionament d'Argentona en el segment del turisme actiu.

Objectius específics

- Posar en valor els recursos locals per incrementar-ne la capacitat d'atracció i de generació de dinamisme econòmic.
- Consolidar l'oferta turística existent i impulsar la creació de noves propostes singulars i identitàries.

Actuacions

Complementar les rutes de les fonts amb noves rutes per a senderisme i cicloturisme.

Amb l'objectiu de diversificar l'oferta de turisme actiu i de natura del municipi, es proposa la creació de dues noves rutes: una de senderisme i una de cicloturisme. Ambdues han de complementar les rutes de les fonts existents i consolidar Argentona com una destinació de proximitat per al turisme actiu.

- Nova ruta de senderisme: El Camí de l'Aigua i el Modernisme

Es proposa una nova ruta de senderisme amb el doble fil conductor de l'aigua i el patrimoni modernista, sota el nom provisional de "El Camí de l'Aigua i el Modernisme". Tot i el seu valor patrimonial i paisatgístic, l'objectiu principal d'aquesta proposta és crear un producte de turisme actiu, per això s'oferirà en format autoguiat.

- La ruta haurà de ser georeferenciada i es proposa la seva inclusió a l'app Natura Local.
- S'haurà de preveure la senyalització física dels punts clau en el marc del Projecte 3 del present Pla d'Acció.
- Com a punt d'inici, es proposa la Casa d'estiueig de Puig i Cadafalch, amb una durada aproximada de dues hores, pensada per a un públic que busca activitat física en espais naturals i culturals.
- Un cop dissenyada, caldrà donar-la a conèixer entre operadors turístics i públic objectiu, aprofitant canals de promoció com els Fam Trips i Press Trips impulsats pel Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, la Diputació de Barcelona o l'Agència Catalana de Turisme (ACT).

- Nova ruta cicloturística a la riera d'Argentona

El desenvolupament de la nova infraestructura ciclable fluvial prevista al Projecte 5 del Pla (a l'entorn de la riera d'Argentona i els seus afluents: rieres de Dosrius, Riudemeia i Clara) permetrà establir les bases per dissenyar una ruta cicloturística supramunicipal.

- Aquesta ruta haurà de connectar diversos municipis, com Dosrius, Òrrius i Mataró, amb l'objectiu de generar un recorregut atractiu pel que fa a distància, connectivitat i paisatge.
- S'iniciarà un cop finalitzades les obres d'adequació de la infraestructura ciclable.

- També serà necessari georeferenciar-la i incorporar-la a l'app Natura Local per facilitar-ne l'ús i la promoció.

Promoció i captació d'Esdeveniments Locals

Per tal de promocionar la nova ruta de senderisme i augmentar-ne l'impacte, es proposa organitzar un nou esdeveniment local, amb un format similar al d'una marxa popular —seguint l'exemple d'èxit de la Marxa de les Fonts— o bé optant per una activitat de “clean up”, és a dir, una acció col·lectiva de neteja al llarg del recorregut de la nova ruta.

Aquest esdeveniment hauria de tenir capacitat d'atracció de públic i repercussió mediàtica, i hauria d'incloure:

- Degustació de productes locals.
- Distribució de material promocional del municipi.
- Visibilització de la nova ruta com a nou actiu turístic i esportiu.

Aquest tipus d'iniciatives permeten reforçar el posicionament d'Argentona com a destinació per a turisme actiu, alhora que dinamitzen el teixit comercial i restaurador local.

Resultats esperats

- Mínim 1 nova ruta de senderisme.
- Mínim 1 nova ruta de cicloturisme.
- Mínim 1 nou Esdeveniment Local per any.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
 Consell Comarcal del Maresme
 Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
 Diputació de Barcelona
 Generalitat de Catalunya
 Agència Catalana de Turisme
 Empreses especialitzades subcontractades
 Grup les Fonts
 Parc de la Serralada Litoral
 Ajuntament de Mataró
 Ajuntament d'Òrrius
 Ajuntament de Dosrius
 Grup de Muntanya d'Argentona

Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local

Visitants/turistes

Empreses d'activitats

Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)

Agències de viatge receptives

Grup de Muntanya d'Argentona

Pressupost

- Complementar les rutes de les fonts amb noves rutes per a senderisme i cicloturisme. – 1.200 per ruta + RRHH propis (exclou la senyalització física de les rutes, que ja s'ha previst en el projecte 3)
- Promoció i captació d'Esdeveniments Locals. – 5.000 + RRHH propis per a la gestió de les empreses subcontractades

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre de noves rutes dissenyades.
- Nombre de nous km senyalitzats en el marc d'una ruta.
- Nombre de persones que circulen per les noves rutes.
- Nombre de descàrregues de les noves rutes en l'App Natura Local.
- Nombre d'Esdeveniments Esportiu Locals celebrats.
- Nombre de participants en els d'Esdeveniments Esportiu Locals.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Complementar les rutes de les fonts amb noves rutes per a senderisme i cicloturisme.					
Promoció i captació d'Esdeveniments Locals					

Prioritat

- Complementar les rutes de les fonts amb noves rutes per a senderisme i cicloturisme. - baixa
- Promoció i captació d'Esdeveniments Locals. - baixa

Línia estratègica 3. Promoció i comercialització dels productes turístics

Projecte 9. Accions de promoció on-line

La promoció i la comunicació són igual d'essencials que la creació de productes turístics. Per molt innovadora, sostenible o de qualitat que sigui l'oferta, si no es comunica adequadament, no arribarà mai al seu públic objectiu. Per aquest motiu, cal desplegar accions específiques que permetin donar a conèixer els productes i serveis turístics d'Argentona tant als mercats prioritaris com als segments de visitants que es volen atraure, complementant així les iniciatives de comunicació ja existents.

És fonamental que aquestes accions estiguin ben segmentades i adaptades a cada tipus de producte, seleccionant amb cura els canals, materials promocionals, fires o operadors amb què es treballa. La comunicació digital és, en aquest sentit, una eina imprescindible. No es limita només a les xarxes socials o l'enviament de butlletins digitals, sinó que comprèn el conjunt d'eines i canals online que acompanyen el visitant durant tot el cicle de l'experiència turística: des de la inspiració i la planificació, fins a la reserva, la visita i el record del viatge.

Objectius específics

- Posicionar Argentona com a destí turístic cultural i familiar i d'actiu i natura.

Actuacions

Creació d'un web o secció web específica de turisme.

Actualment, Argentona no disposa d'un espai digital específic dedicat a la promoció turística. La informació relacionada amb el turisme es troba dispersa dins la web municipal, pensada principalment per al servei a la ciutadania, i no per a captar l'atenció de potencials visitants. Això suposa una limitació per a posicionar Argentona com a destinació atractiva i accessible digitalment.

Per aquest motiu, es proposa la creació d'un web exclusivament turístic o, en el seu defecte, una secció diferenciada dins del web de l'Ajuntament. Aquesta haurà de contenir l'oferta cultural, familiar, i d'actiu i natura, així com l'oferta complementària, un directori d'empreses (restaurants, allotjaments, activitats), i una secció de "què fer" amb els productes turístics derivats del Pla d'Acció. També haurà d'incloure l'agenda cultural i d'activitats del municipi.

Requisits:

- Disseny visualment atractiu, amb imatges i vídeos de qualitat.
- Continguts disponibles en 4 idiomes: català, castellà, anglès i francès.
- Actualització constant i gestió per part d'una empresa externa especialitzada.

Gestió professionalitzada de les XXSS de turisme.

Argentona ja disposa d'un perfil d'Instagram específic per a la promoció turística, però actualment presenta mancances en la freqüència de publicació i en la definició d'una línia gràfica coherent. Per tal de reforçar el posicionament digital del municipi, es proposa externalitzar la gestió de les xarxes socials a una persona o empresa experta.

Els objectius d'aquesta gestió són:

- Incrementar el nombre i la qualitat de les publicacions.
- Mantenir una periodicitat estable.
- Establir una línia gràfica alineada amb la nova imatge de marca d'Argentona.
- Coordinar els continguts amb el web turístic.

A més, s'explorarà la viabilitat d'obrir nous canals socials (com Facebook, útil per al segment sènior actiu), i es durà a terme una estratègia de captació d'influencers de perfil cultural, actiu-natura i familiar, que ajudin a posicionar Argentona com a destí singular.

Campanyes de publicitat online.

Per aprofitar el potencial de les xarxes socials i altres canals digitals, es proposa la realització de campanyes de publicitat online específiques. Aquestes campanyes han d'estar dissenyades pels professionals de comunicació digital que gestionin les xarxes socials, en coordinació amb l'Ajuntament.

Aspectes clau a tenir en compte:

- Definició d'objectius concrets i públics objectius.
- Elecció de la plataforma publicitària més adequada (Google Ads, Meta Ads, etc.).
- Segmentació del públic per interessos i perfils.
- Monitoratge de resultats i avaluació de l'impacte per optimitzar les futures campanyes.

Creació d'un banc d'imatges i vídeos de qualitat.

Un recurs fonamental per a la comunicació turística és disposar de material audiovisual propi, actualitzat i alineat amb els valors del municipi. Es proposa la creació d'un banc d'imatges i vídeos que representin els principals recursos d'Argentona, així com els productes i experiències turístiques.

Aquest banc haurà de cobrir:

- Les diferents tipologies de productes (cultural, familiar, actiu i natura).
- Diversitat de públics i estils visuals.
- Formats adaptats a la comunicació digital i promocional (fotografies, vídeos breus o reels).

Resultats esperats

- 1 web o secció web específica de turisme.
- Contractació d'una empresa especialitzada en gestió de XXSS.
- Mínim 2 publicacions setmanals a la XXSS de turisme.
- Mínim 4 campanyes de promoció periòdiques de segments turístics especialitzats (1 per trimestre).
- 1 banc d'imatges i de vídeos amb un mínim de 50 fotografies i 30 vídeos.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
Consorti de Promoció Turística Costa del Maresme
Diputació de Barcelona
Agència Catalana de Turisme
Empreses especialitzades subcontractades
Persones influenciadores

Identificació dels/de les destinataris/àries

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

Pressupost

- Creació d'un web o secció web específica de turisme. – 6.000 € + RRHH
- Gestió professionalitzada de les XXSS de turisme. – 650 € mensuals.
- Campanyes de publicitat online. – mínim de 4.000 €
- Creació d'un banc d'imatges i vídeos de qualitat. – a partir de 6.000 € en funció dels vídeos i el material obtingut.

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
 - Programa d'Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local (AODL).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre de vistes a la web o secció web.
- Nombre de posts generats.
- Nombre de campanyes de publicitat online.
- Nombre d'imatges de qualitat disponibles per a actuacions de promoció.
- Nombre de vídeos de qualitat disponibles per a actuacions de promoció.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Creació d'un web o secció web específica de turisme.					
Gestió professionalitzada de les XXSS de turisme.					
Campanyes de publicitat online.					
Creació d'un banc d'imatges i vídeos de qualitat.					

Prioritat

- Creació d'un web o secció web específica de turisme. - alta
- Gestió professionalitzada de les XXSS de turisme. - mitjana
- Campanyes de publicitat online. - mitjana
- Creació d'un banc d'imatges i vídeos de qualitat. – alta

Línia estratègica 3. Promoció i comercialització dels productes turístics

Projecte 10. Accions de promoció offline

Tot i que les accions de promoció online tenen avui un paper central en la captació de nous visitants, les estratègies de promoció offline continuen sent un instrument clau per al posicionament global d'una destinació turística. Aquestes accions permeten consolidar la imatge de marca, generar presència física en esdeveniments especialitzats i establir vincles amb agents intermediaris del sector.

Les accions de promoció offline poden tenir dos enfocaments diferenciats però complementaris: per una banda, aquelles orientades a la captació directa de turistes i visitants finals, i per l'altra, les orientades a generar connexions amb operadors turístics, mitjans especialitzats i altres agents que poden contribuir a l'articulació i comercialització dels productes turístics del municipi.

En aquest marc, Argentona ha de desplegar una estratègia coherent i ben segmentada per aprofitar les oportunitats de visibilitat, generar interès i consolidar-se com a destinació singular dins del Maresme i l'entorn metropolità.

Objectius específics

- Posicionar Argentona com a destí turístic cultural i familiar i d'actiu i natura.

Actuacions

Creació i edició de material promocional.

Per donar a conèixer els nous productes turístics recollits en aquest Pla d'Acció, caldrà desenvolupar material promocional específic que segueixi la línia gràfica ja definida per a la comunicació turística d'Argentona. Aquest material ha de ser visualment atractiu, clar i funcional, orientat a diferents segments de públic i adaptat a cada tipologia de producte.

Els materials previstos inclouen:

- Díptic promocional de les rutes gamificades infantils, incloent la ruta "L'Ona d'Argentona" (amb les adaptacions tecnològiques necessàries) i la nova ruta "Les Fonts d'Argentona".
- Material didàctic per a l'experiència de benestar "Banys de bosc en família", que ha de transmetre valors com la connexió amb la natura i el benestar emocional.

- Nou material per a les rutes de les fonts, elaborat en coordinació amb el Grup Les Fonts, mantenint la coherència gràfica general.
- Material per a les noves rutes de senderisme i cicloturisme, amb especial atenció a la seva vinculació amb les fonts, si escau.
- Material de suport per a les rutes culturals autoguiades del municipi.
- Material específic per a campanyes de promoció puntuals, amb eslògans i imatges adaptades a cada acció.

Assistència a fires especialitzades de la mà dels ens supramunicipals.

Argentona ja participa activament en fires modernistes juntament amb Canet de Mar i Mataró. Es proposa continuar i ampliar aquesta presència en fires especialitzades, de la mà del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, la Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme (ACT).

Especialment, es prioritzaran aquelles fires vinculades a:

- Turisme cultural
- Turisme familiar
- Turisme actiu i de natura

Aquestes fires permetran donar visibilitat als productes turístics locals i establir contactes amb agents del sector.

Campanyes de promoció com a destinació de turisme cultural i familiar.

A més de les campanyes digitals previstes en el Projecte 9, Argentona ha de dur a terme campanyes de promoció offline, amb eslògans i materials propis, que reforcin la seva identitat com a destinació cultural, familiar i de proximitat.

Aquestes campanyes han de:

- Crear un relat atractiu i coherent amb la línia gràfica turística del municipi.
- Implicar el teixit empresarial i la ciutadania, promovent la participació en les imatges, vídeos i accions vinculades.
- Incloure formats com cartelleria, fullets, marxandatge o accions de carrer.

Exemples d'eslògans possibles (a adaptar segons cada acció):

- “Argentona, cultura i tradició per descobrir en família”
- “Escapades culturals amb nens, a tocar de Barcelona”

Aquestes accions es duran a terme també en col·laboració amb les campanyes generals del Consorci del Maresme, la Diputació i l'ACT, aprofitant sinergies i canals de promoció més amplis.

Col·laboració i acollida de Fam Trips i Press Trips.

Els Fam Trips (viatges de familiarització amb operadors) i els Press Trips (viatges de premsa especialitzada) són eines clau per posicionar una destinació en canals de promoció, venda i prescripció.

Aquesta actuació busca sumar Argentona a les accions que ja organitzen el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, la Diputació de Barcelona i l'ACT, facilitant:

- La participació d'Argentona en aquests itineraris de descoberta.
- La creació de continguts promocionals de qualitat, generats per periodistes, influencers i operadors.
- L'articulació d'itineraris que mostrin de forma experiencial els productes turístics creats (rutes, espais naturals, gastronomia, etc.).

Resultats esperats

- Mínim de 6 nous materials promocionals vinculats als productes turístics creats.
- Realització d'un mínim de 4 campanyes de promoció periòdiques de segments turístics especialitzats (1 per trimestre).
- Assistència a un mínim de 2 fires nacionals/internacionals per any, a través d'un organisme de promoció supramunicipal.
- Mínim 1 Fam Trip anual amb operadors catalans, en col·laboració amb òrgans supramunicipals.
- Mínim 1 Press Trip anual amb operadors catalans, en col·laboració amb òrgans supramunicipals.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
Diputació de Barcelona
Agència Catalana de Turisme
Empreses especialitzades subcontractades
Persones influenciadores
Grup les Fonts

Identificació dels/de les destinataris/àries

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

Pressupost

- Creació i edició de material promocional. – 15.000 € + RRHH.
- Assistència a fires especialitzades de la mà dels ens supramunicipals. – RRHH propis.
- Campanyes de promoció com a destinació de turisme cultural i familiar. – 10.000 + RRHH.
- Col·laboració i acollida de Fam Trips i Press Trips. – RRHH propis.

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
 - Programa d'Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local (AODL).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre de material promocional editat.
- Nombre de campanyes de promoció engegades.
- Nombre de fires en que s'ha assistit.
- Nombre d'operadors turístics entrevistats a les fires.
- Nombre de Press Trips co-organitzats.
- Nombre de Fam Trips co-organitzats.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Creació i edició de material promocional.					
Assistència a fires especialitzades de la mà dels ens supramunicipals.					
Campanyes de promoció com a destinació de turisme cultural i familiar.					
Col·laboració i acollida de Fam Trips i Press Trips.					

Prioritat

- Creació i edició de material promocional. - mitjana
- Assistència a fires especialitzades de la mà dels ens supramunicipals. - baixa
- Campanyes de promoció com a destinació de turisme cultural i familiar. - baixa
- Col·laboració i acollida de Fam Trips i Press Trips. - mitjana

Línia estratègica 4. Governança, treball en xarxa, capacitat i recerca de finançament

Projecte 11. Enfortiment de l'àrea de turisme dins l'ajuntament.

La governança turística es fonamenta en la coordinació entre tots els agents implicats en el desenvolupament turístic —tant públics com privats—, amb l'objectiu de crear espais de relació que afavoreixin la presa de decisions col·lectives, l'establiment de sistemes de treball compartits i el disseny de nous processos de gestió municipal.

Aquest model de governança ha de ser també la base per a la implementació del present Pla d'Acció. Perquè aquest procés sigui realment efectiu, és imprescindible que l'àrea de turisme de l'Ajuntament sigui prou robusta per assumir un lideratge sòlid i estable.

Actualment, l'àrea de turisme d'Argentona no existeix com a unitat diferenciada dins l'organigrama municipal, ja que depèn de l'àrea de cultura i compta únicament amb una tècnica. En aquest context, esdevé prioritari dotar l'àrea de turisme de recursos humans i econòmics suficients per garantir l'execució del Pla i consolidar un model de gestió turística eficient, transversal i proactiu

Objectius específics

Enfortir el lideratge en turisme per part de l'Ajuntament d'Argentona.

Actuacions

Dotació de pressupost propi i exclusiu per a l'àrea de turisme.

Actualment, el pressupost destinat al turisme a Argentona es troba integrat dins de l'àrea de cultura. Tot i que la cultura constitueix un pilar fonamental del desenvolupament turístic del municipi, el turisme té una naturalesa marcadament transversal que afecta altres àmbits com l'economia local, l'entorn natural, la mobilitat, l'educació o la sostenibilitat.

Tal com posa de manifest el present Pla d'Acció, el turisme requereix una gestió específica, coordinada i orientada a resultats, que només és possible si es compta amb una dotació pressupostària pròpia i estable.

Es proposa, per tant, dotar l'àrea de turisme d'un pressupost exclusiu, desvinculat funcionalment del de cultura, tot i que pugui ser alimentat parcialment per assignacions provinents d'altres àrees com cultura o promoció econòmica. Aquesta dotació haurà de permetre impulsar les actuacions previstes al Pla, garantir la seva continuïtat i facilitar una millor capacitat operativa, de planificació i de captació de recursos externs.

Tècnic/a de Turisme Compartit a través del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.

La implementació del present Pla d'Acció comporta un augment significatiu del volum de feina associat a la gestió turística del municipi. En l'actualitat, l'àrea de turisme compta únicament amb una tècnica, una dotació de recursos humans clarament insuficient per garantir el desplegament de totes les actuacions previstes.

Actualment, el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme està treballant en la posada en marxa d'un servei de tècnic/a de turisme compartit, pensat per donar suport als municipis de la comarca amb recursos limitats en aquest àmbit. Aquest perfil professional oferiria assistència tècnica a dos o més municipis al llarg de la setmana, facilitant el desplegament d'actuacions i projectes turístics. Tot i que el servei encara no s'ha implementat per manca de sol·licituds formals per part dels ajuntaments, el Consorci està impulsant aquesta iniciativa amb voluntat de fer-la efectiva pròximament. En aquest sentit, seria recomanable que l'Ajuntament d'Argentona s'articulés amb altres municipis amb necessitats similars per iniciar un diàleg conjunt amb el Consorci, amb l'objectiu de fer viable aquest servei i que el municipi se'n pugui beneficiar.

Aquesta fórmula de gestió permetrà:

- Incrementar la capacitat operativa de l'àrea de turisme.
- Millorar la continuïtat i seguiment del pla.
- Introduir flexibilitat tècnica sense necessitat d'ampliar plantilla municipal de forma estructural.

Recerca de finançament.

Aquesta actuació té per objectiu impulsar una estratègia activa de recerca de finançament que permeti garantir l'execució de les accions previstes al Pla, tant a través d'ajuts puntuals com mitjançant la participació en projectes de major abast.

Tot i que els fons Next Generation —que han permès finançar nombroses actuacions en matèria de turisme— es troben en fase final, és fonamental que

l'Ajuntament es mantingui proactivament informat i preparat per detectar i aprofitar noves convocatòries, ja siguin d'àmbit europeu, estatal, autonòmic o supralocal.

Amb aquesta actuació es busca:

- Identificar i actualitzar periòdicament les línies d'ajut i subvenció disponibles a escala europea, estatal, autonòmica, provincial i comarcal, que puguin donar suport a les diferents accions previstes en aquest Pla.
- Gestionar la presentació de projectes a convocatòries de programes nacionals i internacionals, tant de manera individual com en col·laboració amb altres entitats públiques o privades.
- Detectar iniciatives i projectes de caràcter supramunicipal en què Argentona pugui participar, ja sigui com a promotor directe o com a entitat col·laboradora.

La consolidació d'aquesta línia de treball contribuirà a maximitzar els recursos disponibles, reduir la càrrega financera municipal i augmentar la capacitat d'execució i innovació de les polítiques turístiques locals.

Resultats esperats

- Increment d'un 20% la dotació pressupostaria actual destinada a turisme.
- Un pressupost de turisme no depenent de cap àrea.
- Contractació d'un servei extern.
- Identificació d'un mínim de 2 programes de finançament a nivell nacional, estatal i europeu, en el total de les anualitats.
- Anàlisi d'un mínim de 2 activitats del Pla de Desenvolupament Local de Turisme que siguin susceptibles de ser finançades cada any.
- Identificació d'un mínim de 5 socis per possibles projectes i col·laboracions.
- Redacció d'un mínim de 2 projectes relacionats amb la sol·licitud de finançament per algun dels projectes, en el total del període.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
Consell Comarcal del Maresme
Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
Diputació de Barcelona
Generalitat de Catalunya
Agència Catalana de Turisme
Empreses especialitzades subcontractades
Parc de la Serralada Litoral
Museu del Càntir

Identificació dels/de les destinataris/àries

Població local
Visitants/turistes
Empreses d'activitats
Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)
Comerç
Agències de viatge receptives
Entitats i associacions
Representants polítics i tècnics municipals i comarcals

Pressupost

- Dotació de pressupost propi i exclusiu per a l'àrea de turisme. -RRHH propis
- Externalització parcial de la gestió turística mitjançant un servei extern. Pressupost a determinar en funció de les actuacions a desenvolupar pel servei extern + RRHH per coordinar i gestionar l'empresa contractada.
- Recerca de finançament. – RRHH propis

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Programa d'Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local (AODL).

Indicadors

- Tasques encarregades al tècnic/a compartit
- % d'increment del pressupost destinat a turisme.
- Nombre de programes de finançament identificats
- Nombre d'actuacions identificades com a susceptibles de ser finançades
- Nombre de socis identificats i contactats
- Nombre de projectes presentats
- Nombre de projectes aprovats

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Dotació de pressupost propi i exclusiu per a l'àrea de turisme.					
Externalització parcial de la gestió turística mitjançant un servei extern.					
Tècnic/a de Turisme Compartit a través del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.					

Prioritat

- Dotació de pressupost propi i exclusiu per a l'àrea de turisme. - alta
- Externalització parcial de la gestió turística mitjançant un servei extern. - alta
- Tècnic/a de Turisme Compartit a través del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme.- alta

Línia estratègica 4. Governança, treball en xarxa, capacitat i recerca de finançament

Projecte 12. Treball en xarxa amb els agents econòmics locals i supralocals.

La governança turística es fonamenta en la coordinació efectiva entre tots els agents implicats en el desenvolupament turístic, tant públics com privats, amb l'objectiu de crear espais de relació estables que afavoreixin la presa de decisions col·lectives, la generació de sistemes de treball compartits i la definició de nous models de gestió i desenvolupament territorial.

En aquest sentit, és fonamental millorar els mecanismes de comunicació i col·laboració interna entre les diferents àrees municipals, així com reforçar els vincles amb les entitats, associacions i empreses que formen part de la xarxa econòmica i social local.

A més, cal enfortir la participació activa de l'Ajuntament en iniciatives supramunicipals de promoció i gestió turística, ja siguin d'àmbit comarcal, provincial o nacional. L'adhesió a aquests espais permet a Argentona sumar-se a estratègies col·lectives, captar coneixement, accedir a recursos i posicionar-se com a destinació alineada amb les tendències i valors del turisme actual.

Objectius específics

- Implicar els agents turístics, tant públics com privats, en un procés de treball en xarxa.
- Adaptar Argentona a les tendències actuals del turisme.

Actuacions

Creació d'una Taula de Turisme.

En el marc de l'elaboració del present Pla Estratègic de Turisme, s'ha aconseguit mobilitzar una part significativa dels agents públics i privats vinculats al desenvolupament turístic del municipi. Partint d'aquesta base i amb l'objectiu d'ampliar i consolidar la participació, es proposa la creació d'una Taula de Turisme d'Argentona.

Aquest espai de trobada i coordinació ha de permetre:

- Establir mecanismes de presa de decisions compartida en relació amb la implementació del Pla.
- Fomentar la col·laboració continuada entre els diversos actors del territori.
- Detectar noves necessitats, propostes o sinergies a partir de la realitat canviant del sector.

La Taula de Turisme es reunirà un o dos cops l'any, en funció del calendari d'execució del Pla, i haurà d'incloure representants de les diferents àrees municipals implicades, així com d'empreses, entitats, associacions i ens supramunicipals que puguin tenir un paper actiu en el desenvolupament turístic d'Argentona.

Aposta pel compromís Biosphere

En l'àmbit turístic, la certificació amb més reconeixement i visibilitat a escala internacional en matèria de sostenibilitat és la certificació Biosphere. Aquesta acredita que una destinació o empresa ha implementat bones pràctiques alineades amb els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) i amb les 169 fites de l'Agenda 2030 de Nacions Unides.

La metodologia Biosphere ofereix un sistema de gestió integral, adaptat a tota mena d'organitzacions, i incorpora un conjunt d'accions sostenibles, realistes i viables per impulsar una gestió turística responsable i compromesa.

La Diputació i la Cambra de Comerç de Barcelona han impulsat el programa [Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere](#), que vehicula la seva implementació a través dels ens de gestió turística comarcals.

En aquest sentit cal tenir en compte les dues tipologies de vinculacions a la certificació Biosphere. D'una banda, els ajuntaments es poden sol·licitar l'adhesió al Compromís Biosphere, en canvi, les empreses privades o altres entitats públiques (com per exemple un museu), s'han d'adherir a la certificació Biosphere.

En aquest context, Argentona hauria d'apostar per aquest compromís a través de dues vies complementàries:

- **Adhesió de l'Ajuntament i les seves estructures turístiques.**
L'Ajuntament d'Argentona haurà de sol·licitar l'adhesió al Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere. També haurà de promoure que les estructures municipals vinculades al turisme, com el Museu del Càntir, es puguin certificar en Biosphere. Es proposa una adhesió al compromís Biosphere per fases. El primer any, adhesió al compromís per part de l'Ajuntament. A partir del segon any es pot començar a treballar per

certificar amb Biosphere les estructures municipals vinculades al turisme. Per part de l'ajuntament serà imprescindible renovar el compromís Biosphere anualment, integrant la sostenibilitat en la gestió pública i la promoció turística del municipi.

- **Foment de l'adhesió del sector privat al certificat Biosphere.** Es proposa l'organització d'una o diverses jornades de sensibilització adreçades a les empreses turístiques locals, per informar sobre els avantatges, requisits i procediments per adherir-se al Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere. L'Ajuntament haurà de donar visibilitat a les empreses adherides, incloent-les a la futura web de turisme o a canals de promoció municipals, i reconeixent el seu esforç per una activitat més responsable i alineada amb els valors de sostenibilitat territorial.

Promoció dels Punts d'Informació Turística de la DiBa per a empreses.

Amb l'objectiu de millorar la qualitat de la informació turística que es proporciona als visitants i impulsar la implicació del teixit empresarial local en la construcció d'Argentona com a destinació turística, es proposa fomentar l'adhesió d'establiments al programa [Punts d'Informació Turística \(PIT\)](#) de la Diputació de Barcelona.

Aquest programa, impulsat a nivell comarcal pel Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, ofereix formació especialitzada en atenció al visitant, coneixement del territori i noves tecnologies, així com l'acreditació com a establiment prescriptor d'informació turística.

En el cas d'Argentona, el programa PIT pot esdevenir també una eina clau per:

- Millorar el coneixement del sector turístic entre els negocis locals que encara no s'identifiquen com a agents del sector.
- Enfortir el coneixement mutu entre empreses i serveis turístics.
- Generar sinergies reals, a través de col·laboracions empresarials o la creació de productes combinats (ex.: visita + degustació, allotjament + activitat...).

Des de l'Ajuntament es facilitarà la participació mitjançant:

- Accions informatives o jornades puntuals.
- Suport administratiu per al procés d'adhesió.
- Visibilització dels establiments PIT als canals municipals de promoció turística.

Aquesta actuació permetrà avançar cap a una destinació més cohesionada, col·laborativa i orientada al visitant, alhora que contribueix a teixir una xarxa d'agents turístics amb una visió compartida i compromesa amb el desenvolupament local.

Resultats esperats

- Creació d'una Taula de Turisme.
- Mínim una trobada anual de la Taula de Turisme.
- Mínim 10 agents públics i privats membres de la Taula de Turisme.
- Mínim dos contactes amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme per a l'adhesió de l'Ajuntament Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere.
- Adhesió de l'Ajuntament al Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere.
- Mínim 1 estructura externa de l'Ajuntament adherida al Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere.
- Mínim una jornada formativa per a l'adhesió de les empreses al Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere.
- Mínim 2 empreses adherides al Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere
- Mínim 1 acció informativa sobre els punts PIT per a empreses.
- Mínim 2 empreses adherida al programa de punts PIT.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
Consell Comarcal del Maresme
Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
Diputació de Barcelona
Generalitat de Catalunya
Agència Catalana de Turisme
Museu del Càntir
Empreses d'activitats
Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)
Associació de comerços i serveis Argentona es Mou

Identificació dels/de les destinataris/àries

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

Agències de viatge receptives
Entitats i associacions
Representants polítics i tècnics municipals i comarcals
Associació de comerços i serveis Argentona es Mou
Emprenedors

Pressupost

- Adhesió de l'Ajuntament i les seves estructures turístiques. -RRHHH propis.
- Foment de l'adhesió del sector privat al compromís. -RRHH propis.
- Promoció dels Punts d'Informació Turística de la DiBa per a empreses. -RRHH propis.

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
 - Programa d'Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local (AODL).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre de trobades anuals de la Taula de Turisme.
- Nombre d'agents integrants de la Taula de Turisme.

- Nombre de contactes amb Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme per a l'adhesió de l'Ajuntament Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere.
- Nombre d'estructures externes a de l'Ajuntament adherides al Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere.
- Nombre de jornades formatives per a l'adhesió de les empreses al Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere.
- Nombre d'empreses adherides al Compromís per a la Sostenibilitat Turística Comarques de Barcelona Biosphere.
- Nombre d'accions informatives sobre els punts PIT per a empreses.
- Nombre d'empreses adherides al programa de punts PIT.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Creació d'una Taula de Turisme.					
Aposta pel compromís Biosphere					
Promoció dels Punts d'Informació Turística de la DiBa per a empreses					

Prioritat

- Creació d'una Taula de Turisme.- alta
- Aposta pel compromís Biosphere - mitjana
- Promoció dels Punts d'Informació Turística de la DiBa per a empreses. - baixa

Línia estratègica 4. Governança, treball en xarxa, capacitat i recerca de finançament

Projecte 13. Impuls de l'emprenedoria a través la capacitat empresarial.

El foment de l'emprenedoria i la capacitat empresarial ha de tenir un paper clau en aquest Pla de Desenvolupament Turístic, ja que són factors essencials per elevar la competitivitat del teixit econòmic local i assegurar una oferta turística dinàmica, adaptada i de qualitat. Aquest objectiu pren encara més rellevància en un context socioeconòmic en constant transformació, on la digitalització i la innovació esdevenen els pilars del model econòmic actual i futur.

Aquest impuls ha d'anar acompanyat d'una estratègia de formació, assessorament i acompanyament tècnic orientada tant a empreses existents com a emprenedors potencials. L'objectiu és consolidar empreses viables i sostenibles, capaces de crear productes turístics competitius, atractius i ben comercialitzats.

La formació podrà ser dissenyada i adaptada amb el consens del teixit empresarial i social d'Argentona, i en coordinació amb altres departaments municipals. També caldrà tenir en compte les formacions ja existents promogudes per agents com el Consell Comarcal del Maresme, el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, la Diputació de Barcelona o l'Agència Catalana de Turisme.

Un dels àmbits formatius prioritaris serà el foment de la creació d'empreses turístiques, especialment en àmbits on s'ha detectat una escassetat clara, com ara els allotjaments o les empreses d'activitats i serveis turístics complementaris. Aquesta mancança limita el posicionament d'Argentona com a destinació turística estructurada.

Aquest suport tècnic ha de servir no només per reforçar les iniciatives locals, sinó també per afavorir l'atracció de noves empreses que puguin enriquir l'oferta turística del municipi i generar nova ocupació directa i indirecta en el sector.

Objectius específics

- Incentivar la creació de noves empreses turístiques.
- Capacitar i formar el teixit turístic del municipi.

Actuacions

Programes de formació per a la creació d'empreses turístiques i atracció de nous emprenedors.

Amb l'objectiu de potenciar la creació d'un teixit empresarial turístic diversificat, sòlid i innovador, es proposa la creació de programes de formació específics adreçats tant a emprenedors del municipi com a professionals d'altres àmbits interessats en desenvolupar iniciatives en el sector turístic d'Argentona.

Una part fonamental de la formació es dedicarà a identificar i posar en valor els recursos turístics del municipi (culturals, naturals, històrics, gastronòmics...) i a mostrar com poden ser la base per a la creació de productes i experiències turístiques singulars, adaptades als diferents segments de demanda.

Els continguts hauran d'incloure, entre d'altres:

- Mapa d'actius turístics d'Argentona i context de mercat.
- Disseny de productes turístics alineats amb els recursos locals.
- Models de negoci i viabilitat econòmica.
- Sostenibilitat, digitalització i comercialització.

Aquestes formacions es dissenyaran amb el consens del teixit empresarial i en coordinació amb altres àrees municipals i entitats supramunicipals.

Et pot servir també per fomentar sinergies locals (ex.: un emprenedor que crea una experiència a partir d'una ruta ja existent o en col·laboració amb el Museu del Càntir, un restaurant, una finca agrícola, etc.).

Assessorament i/o mentoratge en digitalització.

Per tal d'incrementar la competitivitat i visibilitat de les empreses turístiques del municipi, es proposa posar en marxa un programa d'assessorament i mentoratge individualitzat en digitalització.

Aquest servei es dirigirà tant a empreses existents com a nous projectes emprenedors, amb l'objectiu de:

- Millorar la seva presència digital i la capacitat de promoció en línia.
- Potenciar la comercialització directa dels productes i serveis.
- Optimitzar l'ús d'eines de gestió i comunicació digital.
- Introduir elements de gestió de dades, posicionament SEO, automatització de reserves o millora de l'experiència digital del client.

El programa podrà oferir:

- Sessions individuals de diagnosi i acompanyament.
- Tallers grupals pràctics.
- Recursos formatius online i presencials.
- Derivació a altres serveis especialitzats quan calgui (ACCIÓ, Diputació, Cambres...).

Aquest servei hauria de tenir un enfocament pràctic, flexible i adaptat al nivell de cada empresa, prioritant la transferència real de coneixement i la seva aplicabilitat immediata.

Resultats esperats

- Mínim 1 programa de creació de noves empreses turístiques per any.
- Participació mínima de 5 emprenedors o potencials empresaris per edició del programa.
- Mínim 3 empreses turístiques assessorades en digitalització per any.
- Creació d'un mínim de 3 noves empreses turístiques en el període de duració del Pla Estratègic.
- Augment de la competitivitat turística del municipi.

Àmbit d'actuació/Actors implicats

Ajuntament d'Argentona
Consell Comarcal del Maresme
Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme
Diputació de Barcelona
Generalitat de Catalunya
Agència Catalana de Turisme
Servei Català d'Ocupació
Empreses especialitzades subcontractades

Identificació dels/de les destinataris/àries

Empreses d'activitats
Restauració i allotjament (actual i possibles que es creïn)
Comerç
Agències de viatge receptives
Productors agroalimentaris i artesans
Associació de comerços i serveis Argentona es Mou
Emprenedors

Pressupost

- Programes de formació per a la creació d'empreses turístiques i atracció de nous emprenedors. – 1.200 € per formació + RRHH per a la gestió i coordinació de les empreses subcontractades.
- Assessorament i/o mentoratge en digitalització.

Possibles fonts de finançament

- Diputació de Barcelona
 - Catàleg de serveis. Recursos en matèria de turisme i de comerç i consum.
- Generalitat de Catalunya:
 - Departament d'Empresa i Treball (Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions i si es reprenen, Plans de Foment territorial del turisme).
 - Departament d'Economia i Finances (fons FEDER).
 - Programa d'Agents d'Ocupació i Desenvolupament Local (AODL).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conjuntament amb el Departament d'Empresa i Treball:
 - Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (convocatòries ordinàries)
 - Accions en les "Actuaciones de Cohesión entre Destinos" que lideri el Departament d'Empresa i Treball, a Catalunya.
 - Programes "Experiencias Turismo España" i "Destino Turístico Inteligente" conjuntament amb el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme i/o amb altres destinacions.
- Programes Europeus:
 - FEDER- Fons Europeus de Desenvolupament Regional
 - Programes INTERREG, FEADER, LIFE, CREATIVE EUROPE...(en xarxa amb altres destinacions)

Indicadors

- Nombre de programes de formació per a la creació de noves empreses turístiques impartides.
- Nombre de participants en els programes de formació per a la creació de noves empreses turístiques.
- Enquestes de valoració en les formacions.
- % d'ocupació creada en el sector turístic.
- Nombre d'assessoraments en digitalització per any.
- Nombre de noves empreses turístiques de nova creació.
- Nivell de satisfacció amb el servei d'assessorament en digitalització.

Calendari

ACTIVITAT	ANUALITAT				
	2025	2026	2027	2028	2029
Programes de formació per a la creació d'empreses turístiques i atracció de nous emprenedors.					
Assessorament i/o mentoratge en digitalització.					

Prioritat

- Programes de formació per a la creació d'empreses turístiques i atracció de nous emprenedors. - baixa
- Assessorament i/o mentoratge en digitalització. – baixa

9. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES⁶

SOSTENIBILITAT

Booking. Informe (2024): "Sustainable Travel 2024":

<https://news.booking.com/download/aecf3f81-73df-42eb-a8a1-f4bdc8809af4/booking.comsustainabletravelreport2024.pdf>

Tourism Panel on Climate Change (2023): Tourism and Climate Change Stocktake 2023:

<https://tpcc.info/downloads/>

Euromonitor International (2021): "Top Countries for Sustainable Tourism Embracing a Green Transformation for Recovery in Travel".

https://go.euromonitor.com/white-paper_Travel-and-Tourism-21-03-12_Top-Countries-for-Sustainable-Tourism.html

Euromonitor International (2024): "Top Three Travel Trends: Balancing Growth with Sustainable Transformation".

https://go.euromonitor.com/white-paper_Travel-and-Tourism-21-03-12_Top-Countries-for-Sustainable-Tourism.html

Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme (2023): "El 80% dels allotjaments del Maresme apliquen iniciatives sostenibles".

<https://www.turismemaresme.cat/ca/professional/noticies-corporatives/38/el-80-dels-allotjaments-del-maresme-apliquen-iniciatives-sostenibles>

Diputació de Barcelona – Turisme Sostenible:

<https://www.diba.cat/ca/web/turisme-sostenible>

Travalyst:

<https://travalyst.org/>

ECOMOBILITAT

ONU (2030). Agenda 2030. Objectius de Desenvolupament Sostenible

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

⁶ Webs consultades entre el 7, 8 i 21 de febrer de 2025.

ICLEI. Local Governments for Sustainability

<https://iclei.org/>

Euromonitor International (2023) Top Trends for Travel in 2024

<https://www.euromonitor.com/article/top-trends-for-travel-in-2024>

Renfe. Renfe “Tren i bici per a la mobilitat urbana”.

<https://www.renfe.com/es/ca/grup-renfe/transport-sostenible/tren-bici>

Interreg Poctefa – Bicitranscat

<https://www.viesverdes.cat/bicitranscat/>

Gratitud Pallars

<https://gratitudpallars.cat/ca>

European Cyclist Federation

<https://www.ecf.com/en/what-we-do/priorities/cycling-tourism/>

SINGULARITAT

Jensen, Rolf (1999) The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business.

Segittur (2019). Informe sobre economia circular aplicada al turismo.

<https://www.segittur.es/wp-content/uploads/2019/09/Informe-sobre-economia%CC%81a-circular-aplicada-al-turismo-ok.pdf>

Somme Tourisme

<https://www.somme-tourisme.com/chronicle/montez-dans-les-tours-avec-emilie-a-amiens/>

SEGMENTACIÓ

Barcelona és molt més: <https://www.barcelonaesmoltmes.cat/ca/que-fer>

ACOLLIDA

Unió Europea (2021) Attitudes of Europeans towards tourism.

<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2283>

DIGITALITZACIÓ:

Gobierno de España. Ministerio de Asuntos Economicos y Transformación Digital (2025): "España Digital 2025"

https://avance.digital.gob.es/programas-avance-digital/Documents/EspanaDigital_2025_TransicionDigital.pdf

Gobierno de España (2021). "Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia"

https://www.lamoncloa.gob.es/temas/fondos-recuperacion/Documents/160621-Plan_Recuperacion_Transformacion_Resiliencia.pdf

Quantum Black AI by McKinsey (2024): "The state of AI in early 2024: Gen AI adoption spikes and starts to generate value"

<https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>

Layla (planificador de viatges):

<https://layla.ai/es>

Plataforma Mews:

<https://www.mews.com/en>