

PLA ESTRATÈGIC DEL TURISME D'OLÈRDOLA

30 d'abril 2019

Barcelona és molt més

Diputació Barcelona

Projecte executat per Rafael de Villasante Garcia,
a demanda de l'Oficina Tècnica de Turisme.

Contingut

1. Antecedents i introducció expositiva....2

2. Metodologia de treball....8

3. Anàlisi de recursos/oferta. Caracterització i diagnòstic....12

3.1. Anàlisi econòmica....12

3.2. Anàlisi d'informació, serveis i oferta....14

Passeig digital....19

Restauració....24

Allotjament....25

Comunicació i xarxes....28

3.3. Productes turístics....31

3.4. Comunicació i màrqueting....33

3.5. Esdeveniments....34

3.6. Comunicacions i Accessos....34

3.7. Mapa turístic....35

3.8. Punt d'Informació Turística....35

4. DAFO Resum....37

5. Olèrdola: Conjunt Monumental....39

6. d'Olèrdola....44

7. Conclusions i eixos estratègics....45

8. Pla d'acció....49

9. Definició de prioritats....66

10. Annex....69

11. Bibliografia....76

1. ANTECEDENTS I INTRODUCCIÓ EXPOSITIVA

L'Ajuntament d'Olèrdola sol·licità a la Diputació de Barcelona la concessió del recurs tècnic consistent en la redacció de plans, projectes i informes per a la realització de l'actuació "Pla estratègic de turisme d'Olèrdola" 18/Y/260009, aprovat amb data de 26 de juliol de 2018 per decret (ref. Registre 7847/18) del vicepresident segon i president delegat de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic Local de la Diputació en el marc del catàleg de serveis de l'any 2018 del Pla "Xarxa de Governs Locals 2016-2019" aprovat en sessió de 22 de desembre de 2016.

Olèrdola és un municipi amb 5 nuclis de població dispersos en gairebé 30km2 de terme municipal. Està caracteritzat pel Parc d'Olèrdola i té com a emblema el Conjunt monumental d'Olèrdola, propietat de la Generalitat de Catalunya. A més, compta amb recursos turístics molt diversos, tant de propietat privada (Sant Sepulcre, per exemple) com de propietat pública. Juntament amb productors de proximitat, conformen un conjunt de recursos i experiències diverses que. Ara per ara, no es contemplen ni treballen coordinadament.

L'Ajuntament realitza accions variades, sense un anàlisi de la situació per poder desenvolupar una programació que respongui a demandes o necessitats turístiques estructurades en un marc d'actuació.

Es planteja doncs, la necessitat d'una anàlisi dels recursos i poder crear una estratègia i un pla d'accions que permetin situar a Olèrdola com a referència turística.

La Diputació de Barcelona, per tal de donar resposta a aquest requeriment, encarrega la feina al redactor d'aquest treball amb el propòsit d'assolir els diversos objectius i resultats plantejats i garantir el retorn social de l'activitat turística a través de diferents mecanismes i segons les diferents escales i necessitats del territori.

Olèrdola

"El municipi d'Olèrdola és situat a la part meridional de la comarca de l'Alt Penedès, al límit amb Garraf. Dóna nom al municipi l'antiga ciutat d'Olèrdola, capital històrica del Penedès. Té una superfície de 29,87 km2 i envolta el terme de Vilafranca del Penedès per migdia i llevant. El territori es muntanyós, sobretot en la part meridional, que s'estén pels vessants occidentals del massís de Garraf, on s'assoleixen els 468 m al Puig de l'Àliga. El cap del municipi és el poble de la Plana Rodona[1]. A més comprèn el poble de Moja i les caseries de Viladellops, l'Altrabanda, la Serrera i el Sant Sepulcre, el despoblat de Magrinyà i l'antiga quadra de Puig-roig. ."[2]

Aquesta descripció a la Geografia de Catalunya de l'any 1984, ara fa més de 30 anys, fa una ressenya no gaire divers del que l'Ajuntament publica actualment a la seva plana web: *Olèrdola té quatre pobles històrics: Moja (principal nucli de població), Sant Miquel d´Olèrdola (bressol de les primeres arrels històriques de la comarca), Sant Pere Molanta (eix de l´impuls industrial del municipi) i Viladellops, així com nuclis de més recent urbanització Daltmar i Can Trabal, a més de les barriades (Can Torres, Rectoria, La Serreta, Can Segarra, Can Moles, les Planes, el Sepulcre, la Font, Can Ferran...) i força masies disperses.*

Tal com descriu la web municipal:

La varietat de perfils dels assentaments, les barriades, les masies, el paisatge de vinyes, les masses forestals trencades pels característics fondos, la sinuositat dels camins, les runes, les coves i els nombrosos vestigis del passat, doten al paissatge olerdolenc d´una gran vistositat.

Des de la prehistòria i, posteriorment, ibers, romans i cristians, han vingut ocupant la plataforma rocosa del turó de Sant Miquel, i el seu entorn més proper, tot aprofitant la estratègica situació de l´indret pel control de la plana penedesenca, i la defensa natural que ofereixen els penya-segats. Això fa que Olèrdola disposi

[1] *Sant Miquel d'Olèrdola*

[2] *Gran geografia comarcal de Catalunya, 1984.*

de força elements inclosos en l´Inventari de Bens Culturals. A més, potser l'element més característic del municipi, el Conjunt Monumental d'Olèrdola, esdevé l'element inequívoc de l'empremta històrica que tots aquests pobles han deixat en el nostre municipi al llarg de tot aquest temps. Actualment el Conjunt Monumental és gestionat pel Museu d'Arqueologia de Catalunya, que compta amb una seu permanent al Municipi i que ofereix a tots els visitants, una excel·lent visió històrica d'aquest entorn.

Olèrdola és un bon indret per gaudir del contacte amb la natura i apreciar la bellesa dels espais oberts: boscos, fondos, les coves, les fonts i les vistes pintoresques que ofereix un territori força accidentat, per la part est del terme municipal fronterera amb el Garraf, i molt diferenciada de les planes vitivinícoles més properes a Vilafranca del Penedès. A Olèrdola s'hi ubica el Parc Natural del mateix nom, que està gestionat per la Xarxa de Parcs Naturals de la Diputació de Barcelona. Aquest parc natural, juntament amb el Parc del Garraf, conforma l'estribació sud-oest de la Serralada Litoral Catalana. Aquest espai natural està emparat legalment per un pla especial de protecció promogut per la Diputació i aprovat definitivament l'any 1992.

Així mateix, hi ha moltes altres coses que hom pot visitar si decideix descobrir Olèrdola. El municipi disposa de múltiples llocs d'interès històric, de magnífics cellers i empreses, d'una forta vida comercial i d'un patrimoni humà que es reflecteix en les festes i tradicions de la nostra gent.

D'un punt de vista geogràfic i paisatgístic[3], el terme municipal d'Olèrdola té dues parts clarament diferenciades: (i) una franja nord-occidental de plana penedesenca a on conviuen els nuclis de població de Moja i Sant Pere Molanta i les respectives zones industrials subordinades a la presència de Vilafranca del Penedès i de l'eix de l'autopista AP-7 i (ii) els contraforts que comencen a enfilar-se al massís del Garraf a la zona sud-oriental del terme on s'ubiquen les urbanitzacions de Daltmar i Can Trabal. Travessant de nord a sud, l'eix de la C-15 que uneix el Garraf amb l'Anoia i al seu costat i al límit de les zones descrites s'hi troba Sant Miquel d'Olèrdola.

Malgrat la presència industrial, de l'autopista i dels seus accessos viaris, la plana encara conserva fragments de paisatge tradicional de vinya, itineraris de passeig i racons de ruralitat amb grans possibilitats ecoturístiques.

La zona sud-oriental té una orografia més abrupta a partir del límit de les rieres de Sant Marçal i de Canyelles i és on s'ubica el conjunt monumental i la zona protegida del Parc, oferint un teló de fons a tot el terme municipal i una icona paisatgística i una visió panoràmica des dels eixos viaris.



[3] *Catàleg Del Paisatge http://paisatgepenedes.cat/els-paisatges/*

El turisme és un fenomen transversal present a tot arreu i que genera oportunitats i reptes. A l'hora de bastir una estratègia turística per a un territori, és imprescindible fer-se'n càrrec del funcionament com a sistema i, en qualsevol sistema turístic, hi ha una premissa fonamental que diu que són els seus continguts simbòlics els que el doten d'identitat, el diferencien i el fan visible. El valor simbòlic dels llocs —de les destinacions— és el factor que genera expectatives als turistes i els converteix en territoris amb capacitat d'atracció i d'ús turístic. Si donem la volta a l'argument, també és rellevant el paper que té o que pot tenir el turisme en tant que instrument per a la fixació d'una proposta identitària per a un territori concret i els seus habitants[4]. Per tant, turisme i territori es retroalimenten i han de conviure per tal d'equilibrar les oportunitats i reptes que garanteixin el retorn social al territori.

Olèrdola és privilegiada en aquest aspecte simbòlic i disposa d'aquests continguts, com el Castell i el Parc del mateix nom, que tenen un valor icònic diferenciador a més de la seva pertinença a una comarca que posseeix una marca rellevant i coneguda per la seva producció vitivinícola: el Penedès.



Estils

Catalunya, terra de castells

Us proposem una ruta per les 10 construccions medievals més representatives del país

CRISTINA TORRA
BARCELONA

Encara que no sigui certa la teoria que diu que la paraula *Catalunya* ve de l'evolució de la paraula *chastelein* (que servia per designar el governador d'un castell) i, en canvi, sí que hi ha signals que apunten que el nom ve de la Batalla dels Camps Catalaunics, que va enfrontar romans i visigots contra huns, o la que diu que té un origen àrab, no hi ha dubte que Catalunya és terra de castells. No hi ha mostra més clara d'això que el nombre de fortificacions que esquitxen tot el territori i moltes gent com Jordi Gironès i una quinzena d'antics companys de feina a trobar-se un cop al mes per descobrir els castells catalans. Des del 2006 han visitat 344 castells i els tenen tots documentats a la web castellscatalans.cat, una informació que comparteixen amb la Viquipèdia per actualitzar-la i donar valor a tota la seva feina de recerca.

Tot i que d'algunes dels 1.000 castells documentats no en queda res o poc, d'altres "són autèntiques joies patrimonials que cal conservar encara que moltes guin ruïnes", considera Alberto Reche, doctor en història medieval i investigador de l'Institut d'Estudis Medievals (UAB), que també apunta que la singularitat dels castells catalans és la diversitat. "Per a mi aquesta és la gràcia, n'hi ha molts de molts tipus, i tothom pot trobar el seu castell medieval preferit", considera Reche. Si tu encara no tens clar quin és el teu castell predilecte, aquí tens una petita aplicació (o castells medievals més representatius de Catalunya.

Castell de Montsoriu (Selva)

"És molt idíl·lic, és la imatge típica de castell que trobem als llibres infantils", explica Reche, que considera el castell de Montsoriu (02) un dels més importants del país. Impulsat pels senyors de Cabrera i situat a les portes del Parc Natural del Montseny, és "a tal la primera referència a principis del segle XI, quan ja hi havia una torre fortificada de vigilància. "És un castell molt ben restaurat i que val la pena visitar de tant en tant", considera Gironès.

Preu de l'entrada: 6 € (7,5 € contigua)

Castell de Cardona (Bages)

"La grandesa del castell de Cardona (04) és inexplicable sense els senyors de Cardona i el seu control sobre les mines de sal", explica Reche. "La família considera que la seva representació social passa per crear un castell molt imponent", segueix. Encara avui és considerat part del patrimoni medieval més rellevant de Catalunya. "S'ha conservat molt bé i el lloc és un mirador privilegiat", apunta Gironès. La torre de la Minyona i la col·legiata de Sant Vicenç, joia del romànic llombard català, són dos dels imprescindibles d'aquesta fortalesa.

Preu de l'entrada: 8 € (preu de visita guiada)

Castell de Miravet (Ribera d'Ebre)

És probablement el castell més singular i el millor exemple d'arquitectura militar templera de Catalunya (01). Originàriament islàmic, és conquerit pels cavallers de l'Orde del Temple, que "fan un castell tipològicament únic seguint les bases dels castells que es construeixen a Síria i a Terra de les croades", diu Reche. Els templers aprofiten l'enclavament estratègic entre el segle XII i el segle XIV, quan va patir un setge per part de Jaume II. En bon estat de conservació, encara se'n poden visitar les cavallerisses, la cisterna, la cuina, el magatzem i la important església romànica.

Preu de l'entrada: 3,5 € (també de visita guiada)

Castell de Claramunt (Anoia)

És un dels exemples més significatius dels castells de frontera (06), que formaven part d'una xarxa de defensa de fortaleses que delimitava el territori entre el comtat de Barcelona i l'Al-Andalus amb l'objectiu de protegir la zona dels atacs sarraïns. Tot i que la seva història està marcada per desenes de conflictes bèl·lics, amb les corresponents destruccions i reconstruccions, "encara avui conserva unes de les muralles més imponents", considera Gironès. És un castell molt complet que conserva una església i una capella romàniques, a més de diverses torres i estances.

Preu de l'entrada: 4,5 €

Castell de les Sitges (Segarra)

"Si hagués de dibuixar un castell de fades, posaria el dibuix així com el de les Sitges (03)", creu Gironès. Als seus inicis, al segle XI, era un castell romànic de defensa del territori, però entre els segles XII i XIV es converteix en un castell palau gòtic. "És el que passa amb la majoria de castells que deixen de tenir una necessitat defensiva i passen a tenir una necessitat de poder i d'ostentació del senyor feudal que hi viu", explica Reche. A prop hi ha una església romànica que va fer construir la família noble del castell.

Preu de l'entrada: 5 €

Castell de Montclús (Vallès Oriental)

No han conservat cap element original, ni ser un castell construït al segle XII en un lloc estratègic i d'accés difícil. "La seva estructura defensiva és completa amb la ubicació, en plena masia del Montseny", explica Reche, que afegeix que al segle XV es va convertir en un castell palau. Avui en dia només se'n conserven restes importants de murs i una torre rodona, originària dels inicis.

Entrada lliure

Castell de Benedesens (Alt Empordà)

Està documentat des del segle IX, però poc en queda d'aquella època. És un exemple clar de castell medieval (05) que ha passat per moltes transformacions. "L'alliance és del final del segle XIX i forma part del neomedievalisme", explica Reche. Ordenada pel comte de Peralada, va buscar inspiració en els castells medievals francesos, però l'interior el va decorar amb el més pur estil modernista de l'època. Si el visites, copsaràs aquesta singular barreja.

Preu de l'entrada: 4 €

Castell de Mur (Pallars Jussà)

Per a molts és l'emblema dels castells de frontera dels comtats catalans gràcies a la seva arquitectura i el seu estat de conservació. Juntament amb la col·legiata de Santa Maria de Mur, és símbol del domini militar i espiritual d'un territori fronterer conquerit als musulmans. "És un castell simple, però els murs perimetrals es conserven sencers", detalla Gironès, que et convidarà a una visita imprescindible en tota ruta de castells.

Preu de l'entrada: 5,29 €

Castell d'Olèrdola (Alt Penedès)

Més que del castell i poca cosa més pròpiament dit, parlem del conjunt monumental d'Olèrdola. "És un mosegrama de la història de Catalunya. Per aquí hi han passat Iberis, romans i senyors feudals", destaca Reche. La muntanya d'Olèrdola ha estat habitada des de l'Edat de Bronze. Els iberis hi van construir un poblat fortificat, els romans una fortificació per controlar la via d'accés a Tàrraco i, durant l'Edat Mitjana, Sunyer, comte de Barcelona, hi va fer construir la muralla perimetral, les dues església romàniques i el castell. Si t'agrada la muntanya, no et perdis la ruta circular al conjunt.

Preu de l'entrada: 4,5 €

Castell de la Roca del Vallès (Vallès Oriental)

Actualment residència privada, el castell de la Roca del Vallès (07) s'amaga una història de més de 1.000 anys, amb les primeres referències al segle X. "Neix com un castell feudal de defensa però es converteix en un castell administratiu", detalla Reche, que el considera un bon exemple dels usos del castells en el temps. Actualment, és propietat privada, s'ha restaurat i rehabilitat per viure-hi. "Tot i que ha perdut la seva funció original, encara avui hi ha gent que considera que els castells són espais a conservar", diu Reche. "Els castells són espais vius".

L'evolució dels castells

Els primers castells daten del segle VIII i es consideren "protocastells, normalment fets amb fusta de l'època carolíngia", explica Reche, "però poden tenir un origen islàmic, romà o ibèric, ja que molts cops s'aprofiten llocs estratègics per fer les fortificacions". Un parell de segles després comencen a aparèixer els castells de frontera per defensar el comtat de Barcelona del territori d'Al-Andalus, i per això hi ha una gran concentració de fortaleses entre l'Anoia i el Penedès. Més endavant, quan ja no han de fer la funció de defensa, es converteixen en castells senyorials o castells palau. "És una manera de controlar el territori administrativament i de mostrar el poder del senyor", apunta Reche.

[4] *Salvador Anton Clavé, Identitat i turisme (2010).*

Un article recent al diari Ara posa al castell d'Olèrdola com un dels deu més representatius de Catalunya: 'Més que del castell i prou caldria parlar del conjunt monumental d'Olèrdola. És un cronograma de la història de Catalunya'.

Ara bé, Olèrdola no és un espai isolat o aillat i ancorat en un passat folklòric, és un municipi viu, un espai productiu i modern contemporani sotmès a les tensions pròpies entre territori i desenvolupament urbà i industrial inserit en un entorn metropolitzat amb diversitat d'usos i funcions.

Potser des d'un punt de vista únicament turístic ens interessaria disposar d'un espai rústic i idíl·lic però la realitat, la deriva i la necessitat del territori és un altre i l'estratègia turística que ens ocupa haurà de tenir més en compte conceptes com l'equilibri, la sostenibilitat i el pacte entre models socials, productius i ecològics.

Tal com fa palès la memòria del Pla d'Ordenació Urbana del 2007:

... en base al coneixement que es té del municipi, es considera que cal plantejar un model de creixement equilibrat i sostenible, adequat a un territori peculiar com és aquest, i que ha conformat una estructura d'assentament diversificat amb tres centralitats: Sant Miquel d'Olèrdola, Moja i Sant Pere Molanta, conservant el rol de capitalitat municipal el nucli de Sant Miquel d'Olèrdola, centrat en el territori, amb contacte amb l'Espai Natural d'Olèrdola (Diputació de Barcelona) i recolzat en l'eix viari conformat per la carretera C-15, a més de dues urbanitzacions de segona residència com Daltmar i Can Trabal. A banda dels tres nuclis històrics principals, cal considerar-ne dos més: Viladellops i Can Torres; i amb menys importància existeixen els petits agregats de Can Ferran, Can Sadurní, Can Segarra, la Serreta, Cal Moles i el Sepulcre de caràcter més rural.

A més, l'ús turístic actual va esvaint la dicotomia oci-turisme i visitants-residents, entenem que, per a la construcció d'una estratègia turística en un territori com el que hem descrit, hi ha accions d'intervenció possibles en àmbits no estrictament o canònicament "turístics" que en tant que esdevenen generadors de pràctiques identitàries, sumaran en l'esforç estratègic. Per exemple, una xarxa de camins no motoritzats entre els diversos nuclis d`'Olèrdola promourà la mobilitat sostenible, el coneixement curós del terme municipal, l'ús del territori per a un oci familiar dels residents i, alhora, generarà una infraestructura capaç d'emparar productes turístics: sentit de pertinença, pràctiques d'oci i infraestructura turística útil per dissenyar productes ecoturístics de qualitat. De fet, el turisme i els turistes no responen només a l'estereotip del perfil dels visitants estrangers

que pernocten a hotels. Fins i tot l'Organització Mundial del Turisme ha modificat, en els darrers anys, les seves definicions per tal d'ampliar el fenomen:

> El turisme és un fenomen social, cultural i econòmic relacionat amb el moviment de les persones a llocs que es troben fora del seu lloc de residència habitual per motius personals o de negocis/professionals. Aquestes persones s'anomenen visitants (que poden ser turistes o excursionistes, residents o no residents) i el turisme té a veure amb les seves activitats, de les quals algunes impliquen una despesa turística. Com a tal, el turisme té efectes en l'economia, en l'entorn natural i en les zones edificades, en la població local dels llocs visitats i en els visitants pròpiament dits. A causa d'aquests diversos impactes, l'àmplia gamma i la varietat de factors de producció requerits per produir els béns i serveis adquirits pels visitants i l'ampli espectre d'agents involucrats o afectats pel turisme, és necessari adoptar un enfocament global del desenvolupament, la gestió i la supervisió del turisme. Aquest enfocament és molt recomanable de cara a la formulació i posada en pràctica de polítiques de turisme nacionals i locals, així com d'acords internacionals o altres processos en matèria de turisme[5].

[5] Definició de l'OMT (http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico).

En els darrers anys, efectivament, algunes circumstàncies estan capgirant els conceptes convencionals sobre el turisme. Es detecta com a tendència una manera de relacionar-se amb el fenomen anomenat "postturisme"[6] (Bourdeau 2018). Lluny de tenir a veure amb la finalitat de l'activitat, el nou terme fa referència al procés, encara en marxa, de total reconversió del sector de la mà d'internet i les noves tecnologies de la informació. Ni els turistes ni els territoris són els mateixos, i la demanda s'està rearticulant en funció de nous inputs, com internet, la share economy, el big data i la tecnologia mòbil. Conceptes com autèntic, local, aventura, flexibilitat, cocreació i, sobretot, experiència estan transformant el concepte de turisme. Fruit de l'excés d'informació i propaganda, les destinacions han perdut el seu antic misteri. Allò que més valora el nou visitant ja no és el que veu, sinó el que viu. El gran objectiu és "viure coses i experimentar la visita d'una manera única". El més important és tornar a les arrels i l'exclusivitat de l'experiència.

Caldrà dur a terme accions objecte d'aquesta estratègia per tal de definir les bases i els eixos i un pla d'acció per bastir el desenvolupament turístic d'Olèrdola. Els processos de planificació, avui, més que mai, han de formular objectius realistes i dissenyar i construir escenaris de futur. Projectar un conjunt d'idees, fixar referències en el temps i articular els mecanismes per assolir els objectius són els ingredients capitals d'un procés de planificació turística que estimuli el desenvolupament econòmic i social d'Olèrdola:

1. Coneixent les capacitats del territori: què es pot atendre i a què es pot aspirar.
2. Entenent la demanda: detectant oportunitats.
3. Traçant un pla que contingui i ordeni les accions per construir el futur.

Comptem, a més, amb diversos (i no sempre convergents) punts de vista estratègics de tota la literatura dels múltiples informes i plans redactats fins avui. L'any 2006, per exemple, el pla estratègic d'enoturisme redactat per la Cambra, diu:

'A l'oferta turística a l'Alt Penedès probablement li manca un gran recurs turístic destacat de rellevància nacional o internacional que pogués convertir-se en el motor per al desenvolupament turístic territorial. No obstant això, l'atractiu i la singularitat dels recursos turístics de la comarca sorgeixen del paisatge de la vinya, de l'elaboració del vi i del cava i tot allò que gira al seu voltant: itineraris organitzats del vi i del cava, Museu del Vi de Vilafranca del Penedès, existència de cellers i caves visitables, una oferta enogastronòmica cada vegada més variada i de més qualitat, l'existència d'unes empreses que organitzen activitats ludicoeducatives entorn de l'enoturisme, etc. Aquests recursos troben suport en tot tipus d'apreciacions simbòliques, culturals i socials entorn del món del vi i del cava: Setmana del Cava, Setmana de l'Enoturisme, Festa de la Verema i el Most, etc. Altres recursos turístics destacables de l'Alt Penedès són: Ruïnes iberoromanes d'Olèrdola Castells i restes historicoarqueològics Ruta de Modernisme Rutes de senderisme Restes del romànic Patrimoni natural: parcs naturals, fonts, coves, grutes, pantans, etc. Festes i folklore'.

Segurament és aquest un punt de vista coherent amb la conjuntura d'aquell moment. A dia d'avui, diu la web d'enoturisme Penedès:

Entre tots els municipis del Penedès, Olèrdola és dels que té més importància històrica i un valor arqueològic més consolidat. Des de la prehistòria i, posteriorment, ibers, romans i cristians, han vingut ocupant la plataforma rocosa del turó de Sant Miquel, i el seu entorn més proper, tot aprofitant l'estratègica situació de l'indret pel control de la plana penedesenca, i la defensa natural que ofereixen els penya-segats. Olèrdola és coneguda com el ***Bressol del Penedès****.*

[6] *Una revisió del post-turisme Philippe Bourdeau https://journals.openedition.org/viatourism/2003*

*En aquest espai s'hi conserven vestigis de totes aquestes èpoques integrant el **Conjunt Monumental d'Olèrdola**, que ofereix visites i propostes turístiques per descobrir la seva història. Olèrdola és una de les seus del **Museu d'Arqueologia de Catalunya**. L'espai està integrat en el **Parc d'Olèrdola** pel seu interès natural, i alhora suggereix itineraris i activitats per descobrir l'entorn.*

*Les **propostes gastronòmiques** són variades, des de descobrir i **tastar els productes locals** vora l'obrador fins a propostes elaborades per tastar a les taules dels **restaurants**. Tot maridat amb bons vins o caves del municipi, que també podeu gaudir **vivint les visites i activitats que suggereixen els cellers i caves**.*

Fora dels diversos punts de vista, és indiscutible la rellevància dels recursos d'Olèrdola per a què el turisme esdevingui una de les palanques de desenvolupament econòmic compartint protagonisme amb la indústria existent vitivinícola, de producció i de serveis, i l'objectiu principal de l'estratègia serà generar les condicions bàsiques per millorar l'ús turístic del seu terme municipal mitjançant accions i projectes adients. Seran adients si son capaços de millorar la qualitat de vida dels residents i les seves condicions de desenvolupament econòmic esperonant-hi noves ofertes al territori i facilitant l'arranjament de la problemàtica particular existent. L'anàlisi de les contradiccions i dificultats del territori, des d'un punt de vista turístic, i el complex diagnòstic derivat, tot i que no permeti solucions fàcils o automàtiques, no ha d'impedir l'establiment d'una estratègia en funció de les capacitats detectades.

En aquest sentit, plantejarem, doncs, una estratègia *ad hoc* basada en aquestes directrius:

1. En tant que es difumina la frontera entre oci i turisme, entenem el fenomen d'una manera àmplia com a vector d'inclusió social. Farem servir projectes com a **catalitzadors socials** d'efectes turístics: espais i equipaments públics; sostenibilitat: parcs i medi ambient; mobilitat eficient: bici i caminar; infraestructures i *infoestructures* cohesionadores del territori; esdeveniments, festes i aplecs.
2. Respectar el paisatge i el medi perquè pugui ser llegit pels turistes, però també perquè sigui útil als seus habitants, preservant valors ecològics, productius i socials.
3. Comunicar i no *promocionar*. Olèrdola pot acollir-se a les marques reconegudes existents i les polítiques de promoció endegades, i escollir-les en funció del públic al qual s'adreci.
4. Potenciar els productes turístics existents i articular-los al voltant dels projectes municipals i els serveis existents, procurant i donant suport a la creació de nous serveis turístics i l'adequada coordinació entre ells.
5. Donar més protagonisme al *postturista*: facilitar la cocreació i experiència que estan transformant el concepte de turisme. Aprofitar que les noves tecnologies estan reconfigurant l'espai turístic, per rehabilitar la identitat digital amb màrqueting de continguts de qualitat, etiquetatge adequat, hipermediant[7] i comunicant.
6. Potenciar la construcció, el coneixement, el relat i la vivència dels valors singulars dels llocs. Rehabilitar sense museïtzar, sinó tornant a fer funcional i donant sentit de continuïtat al patrimoni, com el cas del castell, reinventant productes culturals autòctons que puguin ser comercialitzables o, com a mínim, objecte de comunicació.
7. Donar suport a agents i establir sistemes de cooperació de manera que sigui possible definir estratègies conjuntes de producció i de comunicació. Fer concordar la identitat vehicular (la comunicació externa) amb la identitat real, que ha de ser reafirmada per tal d'evitar disfuncionalitats i pèrdua d'imatge. Redefinir permanentment el sentit de la identitat del lloc amb coherència.

[7] És el terme amb el qual es designen el conjunt de mètodes o procediments per escriure, dissenyar o compondre continguts que integrin suports com ara text, imatge, vídeo, àudio, mapes i altres suports d'informació emergents, de manera que el resultat obtingut, a més, tingui la possibilitat d'interactuar amb els usuaris.

2. METODOLOGIA DE TREBALL

Per a bastir una estratègia turística d'una destinació circumscrita a un terme municipal inserit alhora en realitats turísticament més complexes, ens trobem amb dificultats per tal d'aplicar una metodologia clàssica o convencional per caracteritzar oferta i demanda. La manca de dades objectives aplicables al municipi i la impossibilitat, en el marc de l'elaboració d'aquest informe, de realitzar treballs de camp específics, més enllà de les entrevistes i visites, imposen fer servir fonts secundàries, avaluacions subjectives i comparatives, així com extrapolar d'altres exemples per tal de comptabilitzar i valorar l'oferta i per caracteritzar la demanda. Per tant, es faran servir dades i informacions que provenen de diverses fonts documentals analitzades a més de l'experiència i coneixements propis de l'equip consultor.

Altrament, l'enfocament palesat en el punt anterior i la voluntat pragmàtica d'aquesta estratègia fa posar l'accent en identificar un pla d'accions i activitats que puguin conformar una veritable guia per a l'acció municipal i no tant una digressió teòrica sobre el perfil dels visitants i com adreçar-s'hi, que seria més adient per a un pla de màrqueting, menys aprofitable per a les necessitats actuals de la corporació municipal.

El treball fins al lliurament d'aquest document, s'ha portat a terme en les següents fases:

FASE I. Treballs inicials. Identificació, revisió i anàlisi de documentació prèvia[14]

a) Buidatge de fons bibliogràfics: ha consistit en un repàs exhaustiu al major nombre de publicacions que tenen relació amb la història i el patrimoni d'Olèrdola. L'Ajuntament ens ha proporcionat diverses publicacions sobre el municipi (les obres consultades són a l'apartat de Bibliografia). Pel que fa a la planimetria, s'ha emprat bàsicament l'Institut Cartogràfic de Catalunya. També s'han utilitzat el Pla Geenral d'Urbanisme d'Olèrdola i els ortofotomapes del programa Google Earth.

b) Investigació digital: Identificació, revisió i anàlisi en buscadors i xarxes com: Minube, TripAdvisor, Wikiloc, etc...

c) Documentació turística: s'ha tingut en compte diversos plans i informes com el 'Pla estratègic de turisme de Catalunya 2013-2016', el 'Pla estratègic de turisme de Catalunya 2018-2022', el 'Pla de màrqueting turístic de Catalunya 2018-2022' i les 'Directrius nacionals de turisme 2020', que marquen com a missió el desenvolupament d'una oferta de productes turístics diversificada, competitiva i sostenible que permeti competir en un entorn internacional i atreure un perfil de client cada cop més segmentat i exigent. Tanmateix s'han fet servir els redactats per actors vinculats al territori com la DO Penedès, la Fundació ProPenedès, EnoturismePenedès, l'observatori de turisme de Barcelona i l'Oficina de Turisme de la Diputació de Barcelona:

- Pla Estratègic Penedés 2015.
- Província de Barcelona Pla de màrqueting turístic Informe executiu, 2012.
- Perfil i hàbits dels turistes a l'Entorn de Barcelona 2017 Informe de resultats. Observatori del Turisme a Barcelona i perfil del turista de l'Alt Penedès 2017[8].
- Pla estratègic del turisme del vi i del cava de l'Alt Penedès 2006 © Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona Elaboració de continguts: Autor: Rainer Brusis Innova Management.
- PENEDÈS 360º Memòria Tècnica FEDER 2014-2020 – EIX 6 CONSELL COMARCAL DE L'ALT PENEDÈS Juny 2016.

[8] *https://prezi.com/5210nu-xario/perfil-del-turista-de-lalt-penedes-2017/*

- ELS 10 REPTES D' ENOTURISME PENEDÈS 2018. Enoturisme Penedès.
- Catàleg de Productes de la terra i d'artesania alimentària. Consell Comarcal de l'Alt Penedès.
- Memòria, mapa de patrimoni cultural. Olèrdola. Oficina del Patrimoni Cultural. Octubre 2013.
- Estratègia Penedès 2015. Fundació ProPenedès.
- Província de Barcelona Pla de màrqueting turístic Informe executiu, 2012.
- ENQUESTA FLAIX SETEMBRE 2018 (i resum de temporada d'estiu 2018) Indicador d'Ocupació turística en els allotjaments de l'entorn de Barcelona.

FASE II. Caracterització i diagnòstic

Treball de camp i recollida de dades: Ha consistit en la visita a algun dels elements, per tal de recollir dades, efectuar fotografies i parlar, quan s'ha escaigut, amb les persones vinculades a cada element que ens poguessin proporcionar informació útil.

Entrevistes

El llistat d'entrevistes inicial plantejat és:

- Montse Mitjans Mitjans La Botiga. Tast&Vins
- Joan Raventós Restaurant La Posada
- Sílvia Roig Unique Wine Experiences Cal Roig
- Marcelo Desvalls Finca Viladellops
- Núria Molist (directora), Xavier Fernández Museu d'Arqueologia de Catalunya - Seu Olèrdola
- Santi Llacuna - Sofia Paricio Parc d'Olèrdola
- Raimon De Cara Ajuntament d'Olèrdola. Comunicació
- Josep Anton Triade / Via Penedès
- Rafa Martínez Grup BTT El Bressol
- Josep Ventura Associació Cultural Social i Esportiva VALLMORANTA
- Lourdes Mitjans Caves Hill
- Carlos La Serreta
- Irene Alemany
- Núria Sala Ens de promoció i gestió turística, àmbit DO Penedès.
- Pilar Yagüe Turisme de Vilafranca
- Ca l' Ernestina, allotjament rural
- Cal Pere Pau, allotjament rural
- la Caseta allotjament rural
- Montse Nicolás vins Torreblanca

La tanda d'entrevistes es van realitzar durant les setmanes del 26 de noviembre i 3 de desembre de 2018:

- **Dimarts 27:**

  10:00 - Joan Raventós, Restaurant La Posada.

  11:00 - Silvia Roig, Unique Wine Experience.

  Dimecres 28:

  11:00 - Sofía Paricio, Parcs.

  12:30 - Mª José Dalmau, Finca Viladellops.

- **Dimarts dia 4:**

  10:30- Raimon de Cara al centre cívic la Xarxa.

  12:30- Ca l'Ernestina.

  13:30- Xavier Ribas, La Caseta.

  16:30- Montse Mitjans.

  18:00- Rafa Martínez (al Local de Sant Pere).

- **Dimecres dia 5:**

  8:30 Núria Molist (MAC) a Barcelona.

- **Dimarts 18 de desembre:**

  13:00 Pilar Yagüe (Ajuntament de Vilafranca).

  13:00 Pilar Yagüe (Ajuntament de Vilafranca).

- També es feren entrevistes telefòniques i s'assistí a la presentació del Pla d'Acció 2019 del Consorci de Promoció Turística del Penedès el **30 de gener.**

- **Dimecres 6 de febrer**

  Joan Antoni Calaf, Comerç del Foix comercdelfoix.com

Reunions de treball

Les reunions de treball efectuades han estat amb:

Ramírez Burdalo, Lucas Alcalde

Sadurní Roig, Pere Regidor d'Ensenyament, Esports, Patrimoni i Turisme

Coca, Carla, Tècnica en turisme enoturismePENEDÈS

Serra Hernàndez, Queralt, Tècnica de l'Oficina Tècnica de Turisme de la Diputació de Barcelona

Es realitzà una reunió inicial de plantejament de la feina dijous 26/10/2017 a les 10.30h.

Reunió MAC

14 de febrer

Es realitzà una reunió monogràfica sobre el conjunt monumental d'Olèrdola a la que hi assistiren l'Alcalde Lucas Ramírez, el director del MAC Jùsep Boya, l'arqueòloga Núria Molist, Carla Coca i l'auto d'aquest informe.

Taller

28 de febrer

Es realitzà una sessió de treball - taller amb dinàmiques de treball amb 25 assistents de diverses procedències: empresa turística, mon associatiu, gestió turística... El buidat i continguts de la sessió es troben a l'annex.

Resta pendent de fer una reunió final de presentació de treball i activitats de difusió de l'estratègia.



F.II.1. Reconeixement de llocs definits

- Caracterització dels llocs de desenvolupament de les activitats actuals.
- Caracterització dels llocs de desenvolupament de les activitats futures.

Els SIG (Sistema d'Informació Geogràfica) han ajudat en aquesta anàlisi, ja que permeten la superposició de capes d'informació que hauran estat realitzades en fases anteriors, la qual cosa suposa una gran quantitat d'informació sobre l'espai.

Definició d'activitats de turisme i llocs on es practica

La primera fase del projecte ha consistit en la recopilació d'informació, tant la part tècnica com la part del treball de camp d'examen inicial, els seus agents, les dinàmiques i els elements de turisme amb què compta Olèrdola.

F.II.2. Definició de l'eina de gestió base

- Creació d'una base de dades informatitzada, utilitzant programes de sistemes d'informació geogràfica que afavoreixen la localització i la posició georefenciades dels elements incorporats a la base de dades.
- Recopilar tota la informació obtinguda a l'apartat anterior i incorporar-la a la base de dades georeferenciada.

Tota aquesta informació degudament geopossicionada s'ha anat incorporant a:

https://drive.google.com/open?id=1w3hENAbKwzc8k8lKVcdATNWuDtk&usp=sharing

d) Treball de gabinet i informe: Paral·lelament amb les sortides del treball de camp, s'han anat introduint les dades obtingudes a la base de dades. Finalment, s'ha portat a terme la redacció de la memòria del treball afegint-hi un **DAFO resum**.

F.II.3. Anàlisi de la informació obtinguda i identificació d'oportunitats al territori

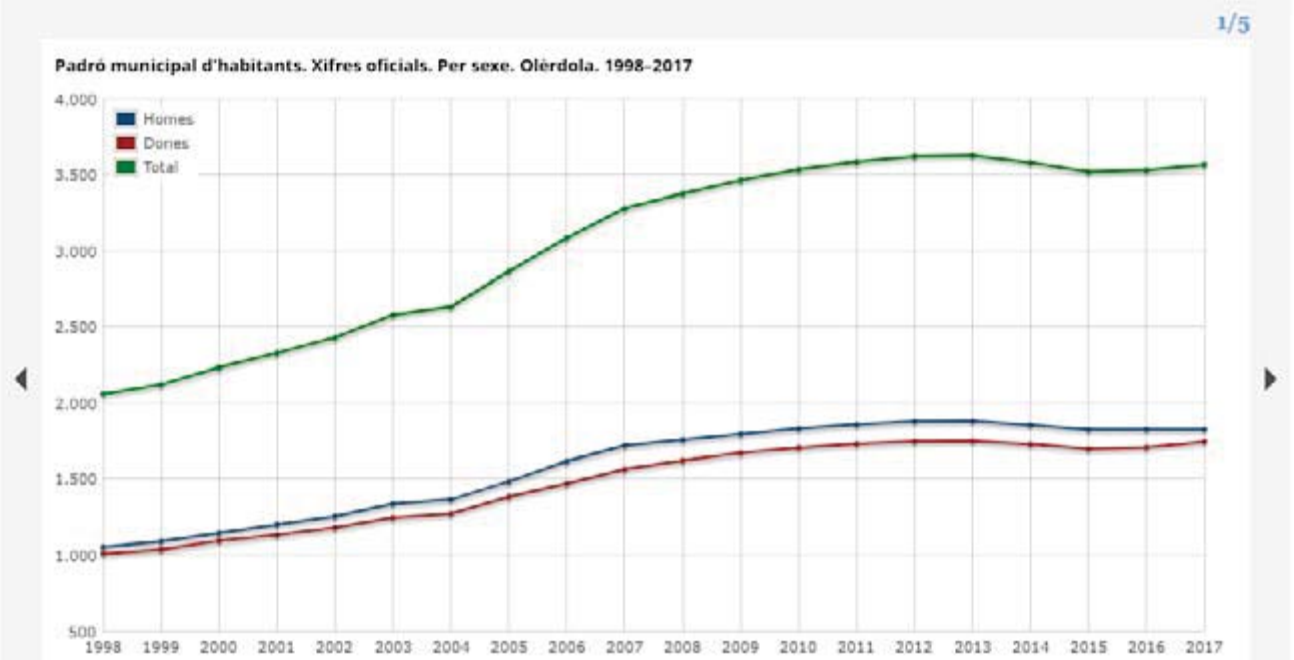
Anàlisi de la situació actual sobre les activitats de turisme i el diagnòstic global del sector. Les eines dissenyades amb anterioritat ens permetran realitzar un treball exhaustiu d'anàlisi i coneixement de l'estat de les activitats de turisme que es desenvolupen, així com d'aquells elements que envolten les activitats: emplaçaments, instal·lacions, personal, recursos i identificació d'oportunitats al territori.

3. ANÀLISI DE RECURSOS/OFERTA. CARACTERITZACIÓ I DIAGNÒSTIC

3.1 Anàlisi econòmica

Dades Idescat[9]





[9] *https://www.idescat.cat/emex/?id=081458&lang=es*

Olèrdola és un poble de 3.565 habitants (2017) amb un creixement sostingut en els darrers vint anys amb dades econòmiques lleugerament superiors als de la mitjana comarcal.

El municipi té una densitat d'habitants menor a la mitjana comarcal: 118,24 contra 179,31 h/km2 i amb un percentatge inferior d'espai d'ocupació agrícola (25%).

Treball	Olèrdola	Alt Penedès	Catalunya
Població. Per relació amb l'activitat econòmica. 2011			
Població ocupada	**1.397**	44.409	3.033.916
Població desocupada	**536**	13.089	1.052.138
Població activa	**1.933**	57.499	4.086.055
Població inactiva	**1.639**	47.389	3.386.882
Població de 16 anys i més	**2.785**	84.996	6.223.448

Macromagnituds i impostos	Olèrdola	Alt Penedès	Catalunya
Impost sobre la renda de les persones físiques (IRPF). Euros. 2016			
Base imposable general per declarant	**22.214**	21.462	23.074
Quota resultant de l'autoliquidació per declarant	**5.439**	5.191	6.327
Impost de béns immobles urbans (IBI). 2017			
Nombre de rebuts	:	:	99.999.999
Base imposable per rebut (euros)	:	:	99.999.999,0
Quota íntegra per rebut (euros)	:	:	99.999.999,0
Impost sobre el patrimoni de les persones físiques (IPPF). 2007			
Patrimoni total per declarant (euros)	**394.278**	451.983	516.035
Actius reals (%)	**40,7**	34,2	37,4
Actius financers (%)	**59,3**	65,8	62,6

Sectores económicos	Olèrdola	Alt Penedès	Catalunya
Superficie agrícola utilizada (SAU). Hectáreas. 2009			
Tierras labradas	**770**	23.041	792.425
Pastos permanentes	**151**	1.164	355.107
Total	**922**	24.204	1.147.532
Tierras labradas. Por tipo de cultivo. Hectáreas. 2009			
Herbáceos	**109**	2.998	511.150
Frutales	**1**	653	110.819
Olivar	**11**	638	101.236
Viñedo	**650**	18.723	61.391
Otros	**0**	28	7.829
Total	**770**	23.041	792.425
Explotaciones agrarias. Según tenencia de tierras. 2009			
Sin tierras	**0**	30	1.519
Con tierras	**61**	1.966	59.320
Total	**61**	1.996	60.839
Explotaciones agrarias. Según tenencia de ganadería. 2009			
Sin ganadería	**55**	1.838	47.172
Con ganadería	**6**	158	13.667
Total	**61**	1.996	60.839
Cabezas de ganado. Por especies. 2009			
Bovinas	**0**	4.611	544.135
Ovinas	**764**	16.688	600.082
Cabrías	**38**	366	71.748
Porcinas	**0**	8.471	6.742.638
Aves	**0**	1.075.352	43.890.563
Conejas madres	**0**	8.900	335.054
Equinas	**52**	222	19.352

Trabajo	Olèrdola	Alt Penedès	Catalunya
Paro registrado. Por sectores. Medias anuales. 2017			
Agricultura	**7,3**	388,0	10.052,8
Industria	**38,2**	914,0	50.210,2
Construcción	**19,1**	398,3	38.933,7
Servicios	**109,8**	3.674,7	291.549,9
Sin empleo anterior	**5,4**	371,7	27.547,7
Total	**179,8**	5.746,8	418.294,4

Allotjament

Sectors econòmics	Olèrdola	Alt Penedès	Catalunya
Allotjaments turístics. 2017			
Hotels	1	21	3.007
Places d'hotels	112	710	312.249
Càmpings	0	0	351
Places de càmpings	0	0	271.419
Turisme rural	4	88	2.415
Places de turisme rural	23	701	19.038

Habitatges i llars	Olèrdola	Alt Penedès	Catalunya
Habitatges familiars. Per tipus. 2011			
Principals	1.300	40.459	2.944.944
Secundaris	280	5.830	470.081
Buits	121	7.002	448.356
Total	1.701	53.291	3.863.381

3.2 Anàlisi d'informació, serveis i oferta

Punt d'informació turística (Ajuntament d'Olèrdola)

Avinguda Catalunya, 12 - 08734 Olèrdola (Barcelona)

T. 93 890 35 02 oldl.turisme@olerdola.cat

Horari: Dissabtes, diumenges i festius de les 10:00 a les 13:30h (fins el 30 de desembre)

Enoturisme:

Cellers visitables. Aquests són els cellers del municipi que ofereixen visites:

Finca Viladellops

Barri Viladellops, Olèrdola

Tel. 93 818 83 71

www.viladellops.com

Vins Valldosera

Finca Les Garrigues, Olèrdola

Tel. 93 814 30 47

www.fincavalldosera.com

Vinya Torreblanca

Finca Masia Torreblanca, Olèrdola

Tel. 93 891 50 66

www.vinatorreblanca.com

Tastos, maridatges i cursos. A part dels cellers, aquestes empreses t'ofereixen un espai de tast per descobrir en diferents formats el món del vi.

Aula de la Vinya i el Vi

Barri La Rectoria, Olèrdola

Tel. 666 77 13 08

www.auladelvi.com

Mitjans La Botiga · Tast&Vins

Pl. Major, 6, Moja, Olèrdola

Tel. 93 817 11 50

www.mitjans.es/ca

Unique Wine Experience · Cal Roig

C. de la Germandat, 13, Olèrdola

Tel. 93 896 94 32 · 620 011 601

www.unique-wine-experience.com

Restauració

Zona Sant Pere Molanta

Restaurant La Posada

C/ Sant Pere, 20, Sant Pere Molanta - Tel. 938921399

www.posada-piques.com

Fleca Fontanals

C/ Sant Pere, 8, Sant Pere Molanta - Tel. 938920095

Bar Local Molantenc - El Cafè de Sant Pere

C/ Wilson, s/núm., Sant Pere Molanta - Tel. 938180969

Restaurant Hostal Nou

Avda. Mare de Déu de Montserrat, s/núm., Pol. Ind. Sant Pere Molanta - Tel. 938922116

Restaurant Can Pepitu's

Avda. Verge de Montserrat, 15, Pol. Ind. Sant Pere Molanta - Tel. 938923042

J. Rius

Av. de Vilafranca, 15-17, Pol. Ind. Sant Pere Molanta

Zona Sant Miquel d'Olèrdola

Restaurant Casa del Conill

Plaça Anselm Clavé, 12, Sant Miquel d'Olèrdola - Tel. 938902001

www.lacasadelconill.com

Restaurant Masia Segarrulls

Pujada al Castell d'Olèrdola Tels. 938903799 / 931022047

www.masiasegarrulls.com

Restaurant la Serreta

Barri de la Sererta s/núm., Barri de la Serreta - Tel. 938905641

www.lescola.com/restaurant-laserreta

Cava Torreblanca-Grimau -Bodes i Banquets

Masia Torreblanca - Tel. 938915066

http://masiatorreblanca.calblay.com/

Zona Moja

Bar del Local Sant Jaume de Moja

C/ Ferran, 1, Moja - Tel. 931312019

Restaurant Avinguda

Avinguda de la Carrerada, 9, Moja - Tel. 938903561

Zona Urbanització Can Trabal

Bar No te va a gustar

Av. Sant Feliu de Llobregat, 244, Can Trabal - Tel. 666610266

Zona Urbanització Daltmar

Bar Local Social - Bar del Club

Zona Esportiva, Urbanització Daltmar - Tel. 938188307

Allotjament

Hotel Basic

C/ Trepat, 5-6, Pol. Ind. Clot de Moja

www.basichotelpenedes.com

Apartaments turístics Cal Jepa

C/ Manuel Crespo, 33, Sant Pere Molanta

www.posada-piques.com

Ca l'Ernestina

Casa Nova Can Torres, Sant Pere Molanta

www.calernestina.com

La Casa de Piedra

Finca Viladellops, Viladellops

www.la-casa-de-piedra.com

La Caseta

Barri de Can Torres

www.masiarural.com/la-caseta

Cal Pere Pau

C/ Sant Roc, 27, Sant Pere Molanta

www.calperepau.com

Masia Cal Mingo

Barri Viladellops

www.clubhouse27.com/masiacalmingo

Masia Can Trabal

Av. Can Trabal, s/n

www.masiacantrabal.com

Bella Vista

Pl. dels Llops, 5

www.fincaviladellops.com

Masia Montaspre

Av. Catalunya, s/n, Sant Miquel d'Olèrdola

Vila Rosa

C/Moja, 13, Can Trabal, Olèrdola

Calendari de festes i esdeveniments

Gener: Cavalcada de Reis i Festa Major de Sant Macari de Moja

Febrer: Ball de Carnaval de Sant Miquel d'Olèrdola, Rua de Carnaval de Moja, Rua de Carnaval de Sant Pere Molanta

Març: Marxa BTT de Moja,

Abril: Aniversari de les puntaires d'Olèrdola

Maig: Trobada d'Olèrdola

Juny: Olèrdola Vertical Running, Experiència Gran Reserva Romeria del Rocío a la Muntanyeta, Festa de Sant Pere a Sant Pere Molanta

Juliol: Festa del barri de la Pl. Ametller, Festa Major de Sant Jaume de Moja, Festa Major de Can Trabal

Agost: Festa Major de Daltmar, Festa Major de Sant Pere Molanta

Setembre: Mojatast, Moja

Octubre: Festa Major de Sant Miquel d'Olèrdola, Festa del Most

Novembre: Vallmoranta, Pujada al Castell d'Olèrdola, Festa Major del Parc d'Olèrdola

SERVEIS TURÍSTICS

ALLOTJAMENT
17 establiments

1 Hotel, 5 Turisme Rural, 1 Apartament,
10 Habitatges d'ús turístic

CELLERS
8 establiments

2 Visitables

RESTAURACIÓ
18 establiments

ACTIVITATS I VISITES
7 establiments

Cursos de tast, visites guiades,
itineraris pel Parc...

ACOLLIDA I COMUNICACIÓ

INFORMACIÓ TURÍSTICA
Oficina d'informació: SI Punt d'informació turística (abr-jun i set-des)
Plafons informació ACTUALITZAT AI costat ajuntament

ACCESSIBILITAT
COTXE particular
TRANSPORT PÚBLIC:
Autobus Font-rubí-Vilafranca, operat per Hispano Igualadina

EINES DE PROMOCIÓ
PAPER. Mapa comercial turístic
DIGITAL. Apartat dedicat a Turisme al web municipal.
Idiomes CATALÀ

SUPORTS COMUNICACIÓ
Ràdio Olèrdola Canal 20 107.0fm
Butlletí Municipal. Olèrdola Informació
XARXES SOCIALS: Canals Municipals de Facebook i Twitter

PLANIFICACIÓ

EINES DE PLANIFICACIÓ TURÍSTICA
Pla de dinamització turística: En procés de redacció. Fase diagnosi
Participació en el PROJECTE DE **TÈCNIC DE TURISME COMPARTIT**
Membres del Consorci de Promoció Turística del Penendès

EINES COMPLEMENTÀRIES
Catàleg de Patrimoni d'Olèrdola

INFRAESTRUCTURA LOCAL

PUNTS INTERÈS DESTACATS
Conjunt Monumental d'Olèrdola
Parc d'Olèrdola
Torre de Moja
...

55 punts interès senyalitzats (30+25)

ESDEVENIMENTS DESTACATS
FEBRER Carnaval (Rues Moja i Sant Pere, Ball a Sant Miquel)
MARÇ Marxa BTT de Moja
ABRIL Vertical Penedès
MAIG Trobada d'Olèrdola
JUNY Experiència Gran Reserva
Festes majors
OCTUBRE Festes del Most i Mojatast
NOVEMBRE Olerdola Trail - Caminada barraques + Vallmoranta (cursa d'orientació)
Festa Major del Parc

RUTES
7 Rutes locals recollides (2 són amb Vilafranca)

ALTRES INICIATIVES:
Ruta dels Castells
Via Augusta
Penedès360º - Trekking, Slowbike i BTT
Camins del Pendès

La Carretera del Vi

Passeig digital

El "passeig digital" pels buscadors amb 1.330.000 resultats, dona principalment resultats turístics a la primera pàgina, darrere dels resultats institucionals, Wikipedia i enoturismePenedès. A la primera pàgina de la cerca, apareix l'oferta a "Club Rural", "Escapada rural" i "Rutas con Historia".

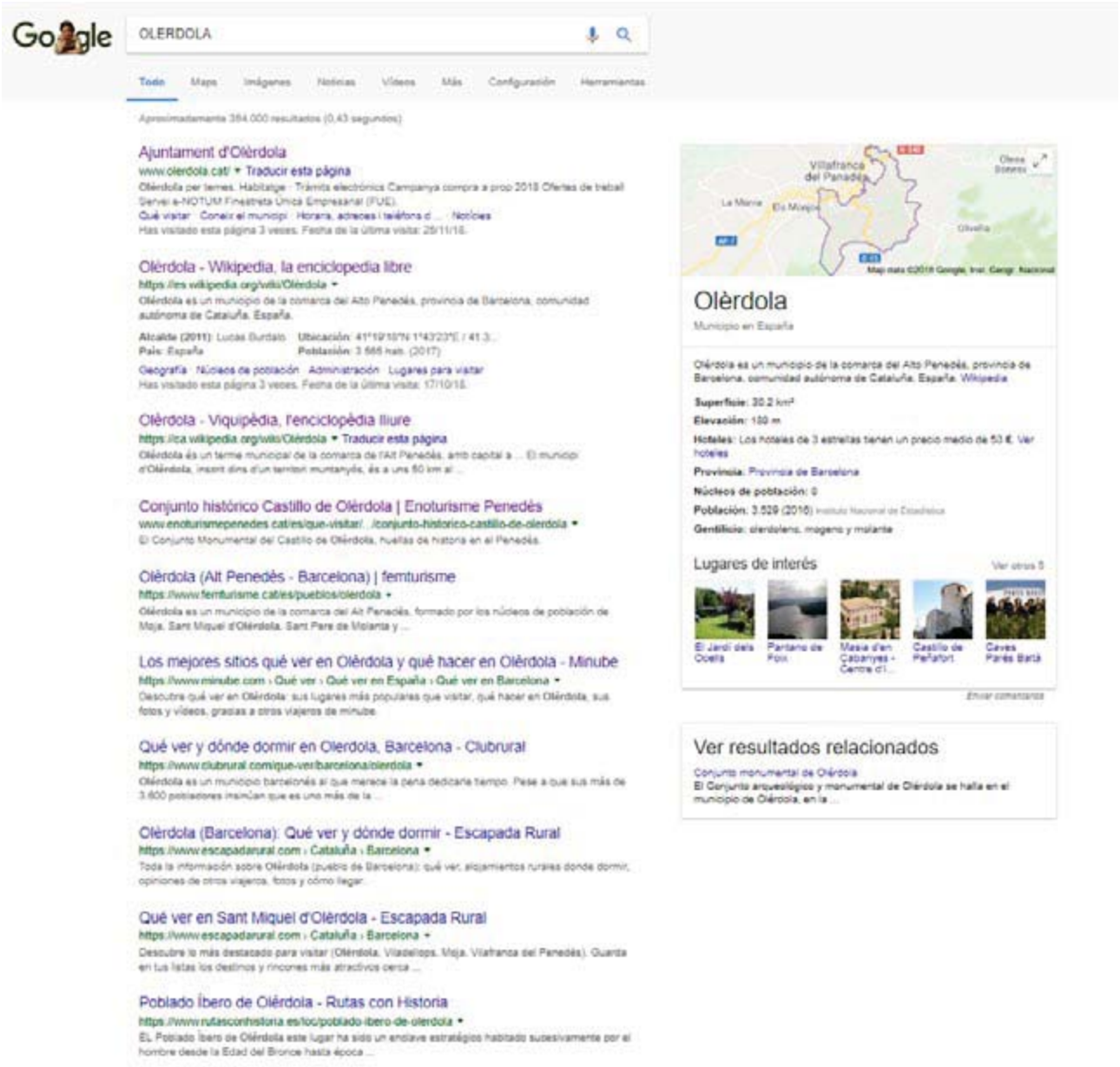


Fig. 1. Primera plana de cerca a Google

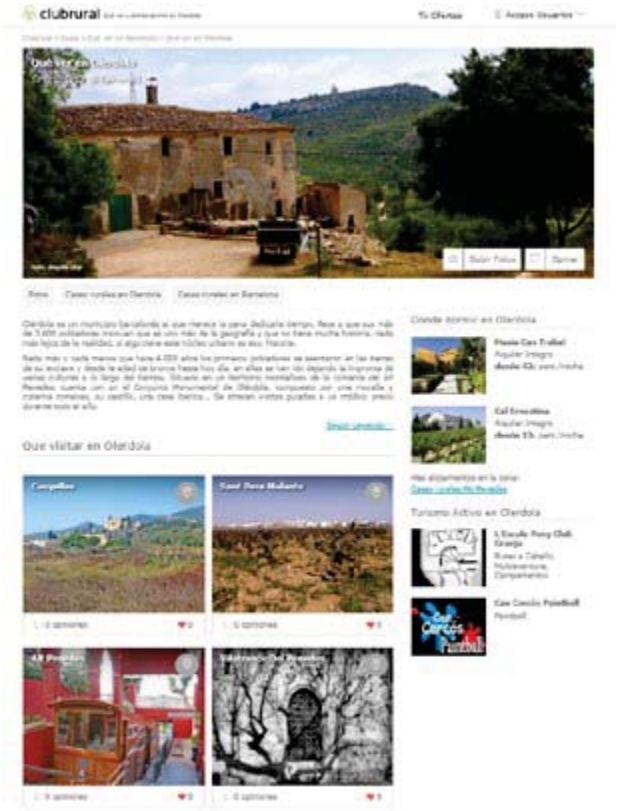


Fig. 2. Club rural

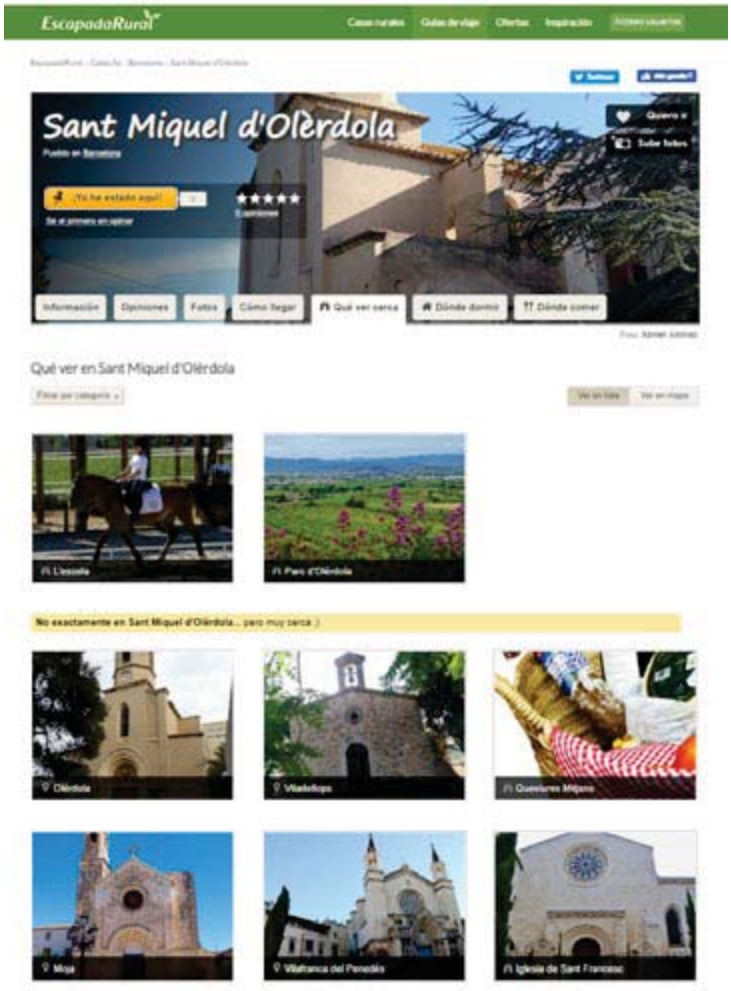


Fig. 3. Escapada rural

En un lloc preeminent apareix l'oferta patrimonial i cultural



Fig. 4. Rutas con Historia

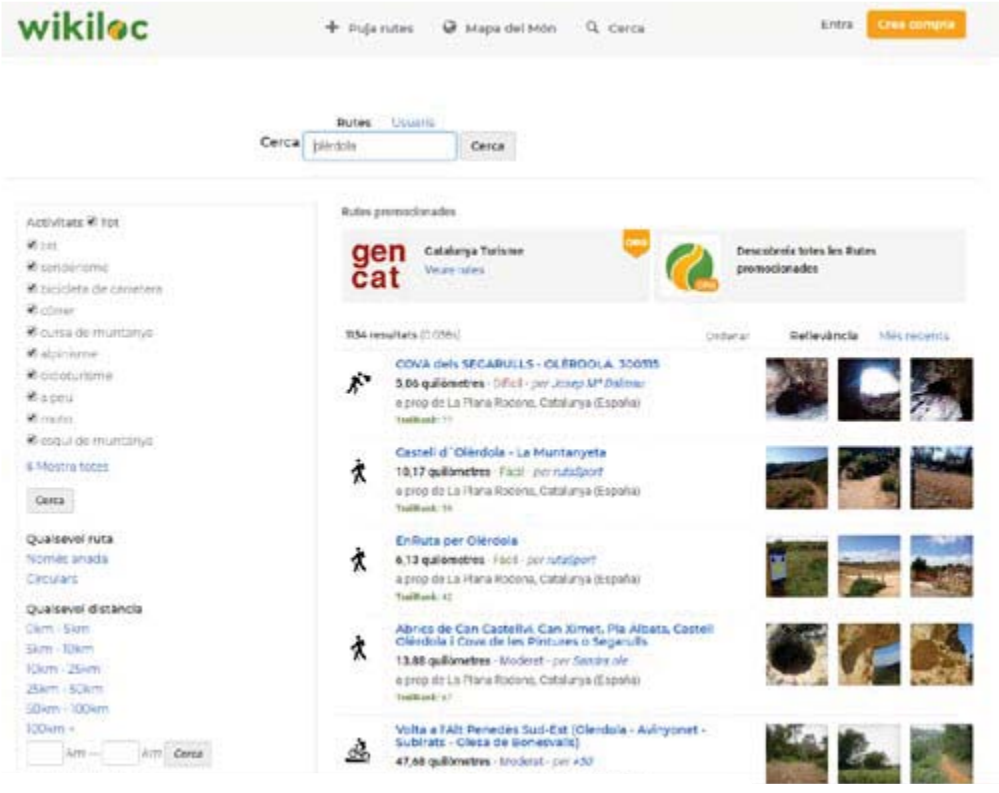


Fig. 5. Wikiloc

En l'apartat d'activitats la cerca a la xarxa social turística TripAdvisor, no surten ben representades les activitats pròpies.:

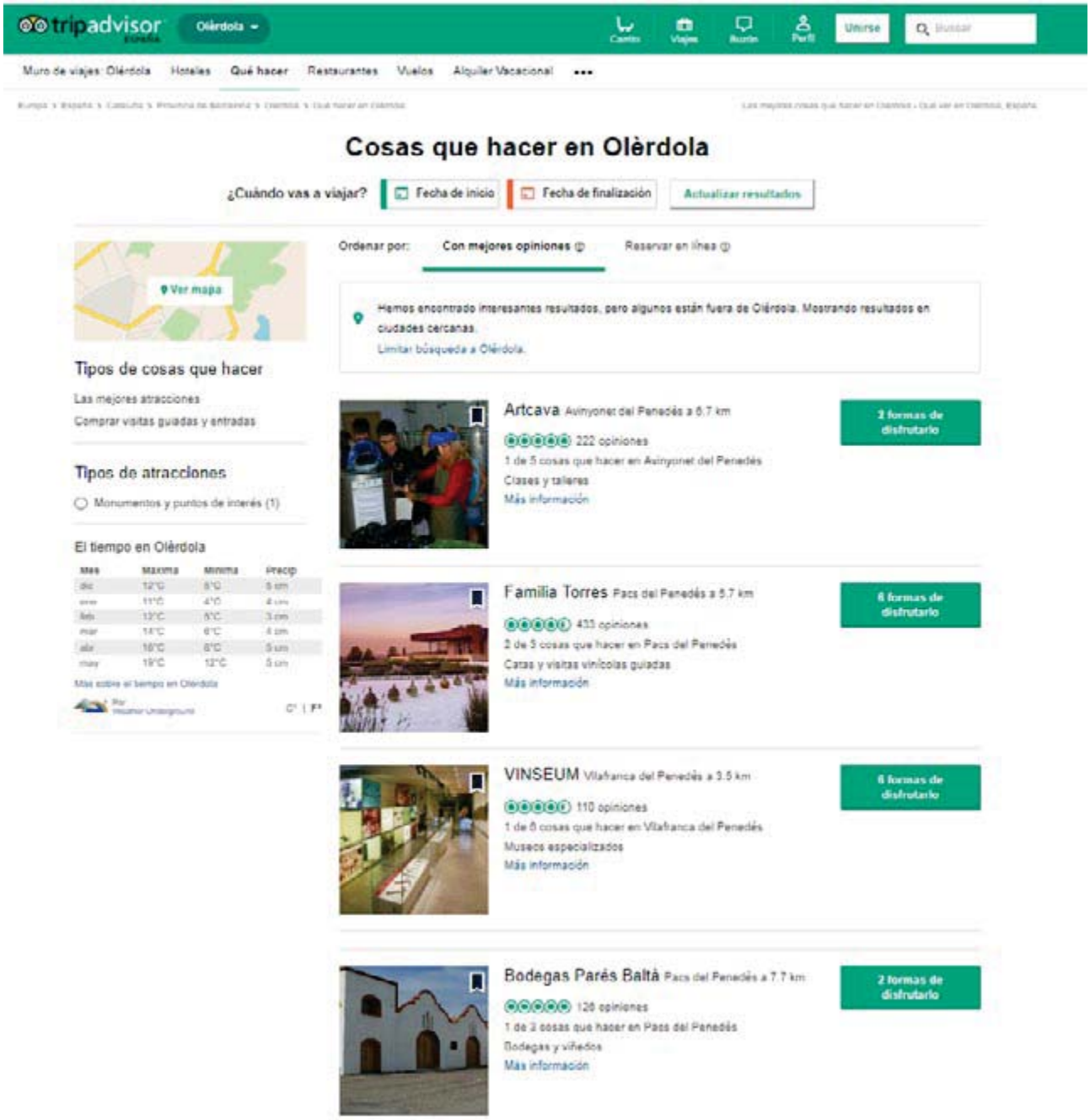


Fig. 6. TripAdvisor

El castell d'Olèrdola apareix en sisé lloc, però molt ben puntuat:

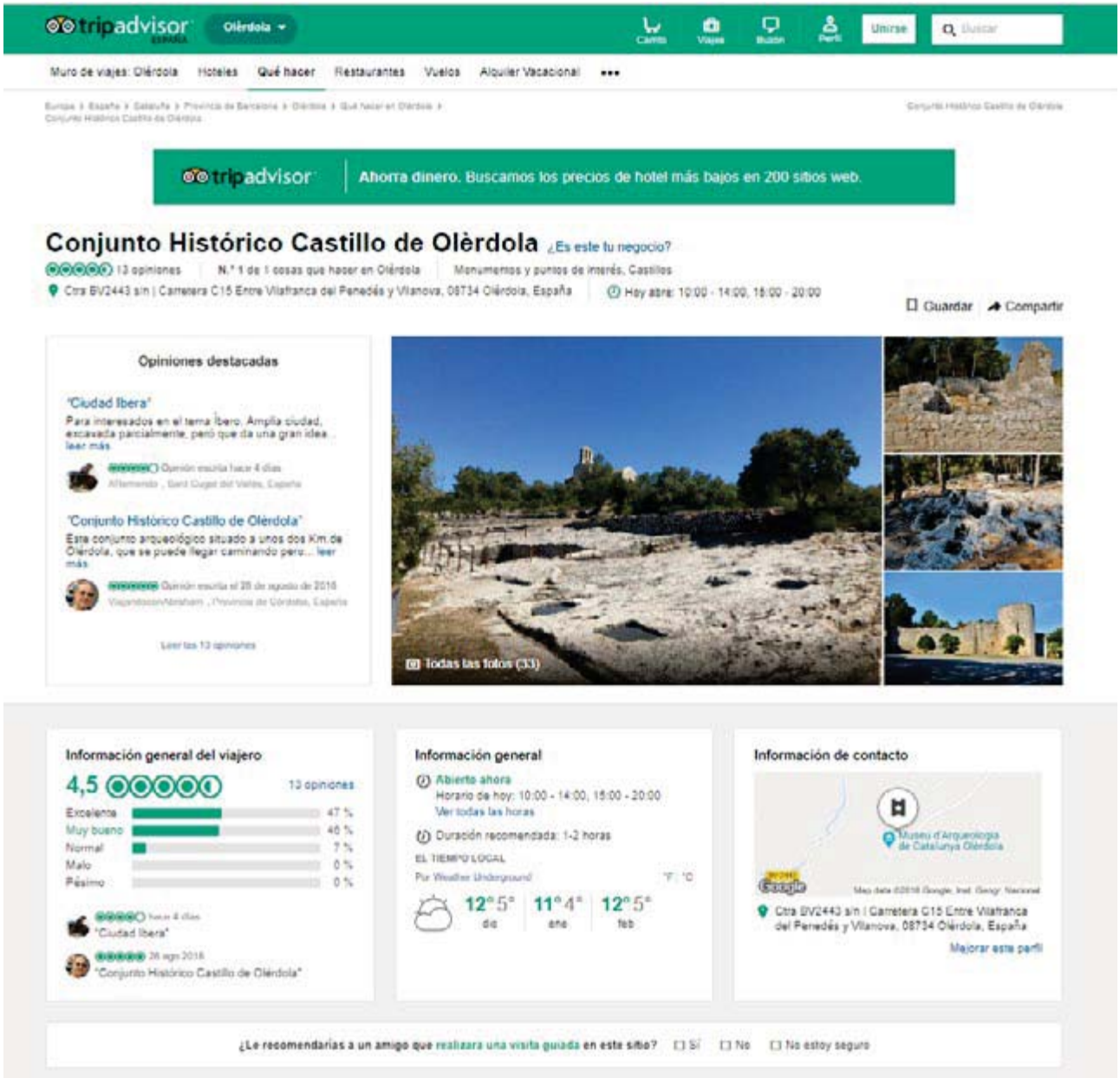


Fig. 7. TripAdvisor 2

Un cop feta una primera cerca genèrica, fem cerques digitals especifiques per àmbits de servei turístic: restauració i allotjament.

Restauració

L'oferta gastronòmica de Olèrdola no és gaire variada ni massa ben distribuïda. Quasi bé tota és cuina catalana tradicional i bàsica.

En novè lloc, el primer que apareix és La Posada de Sant Pere Molanta amb 170 opinions i un 4 de nota. Molt més avall hi surt la masia Segarulls i 'no te va a gustar' amb un 4 i un 5 i 133 i 11 opinions respectivament.

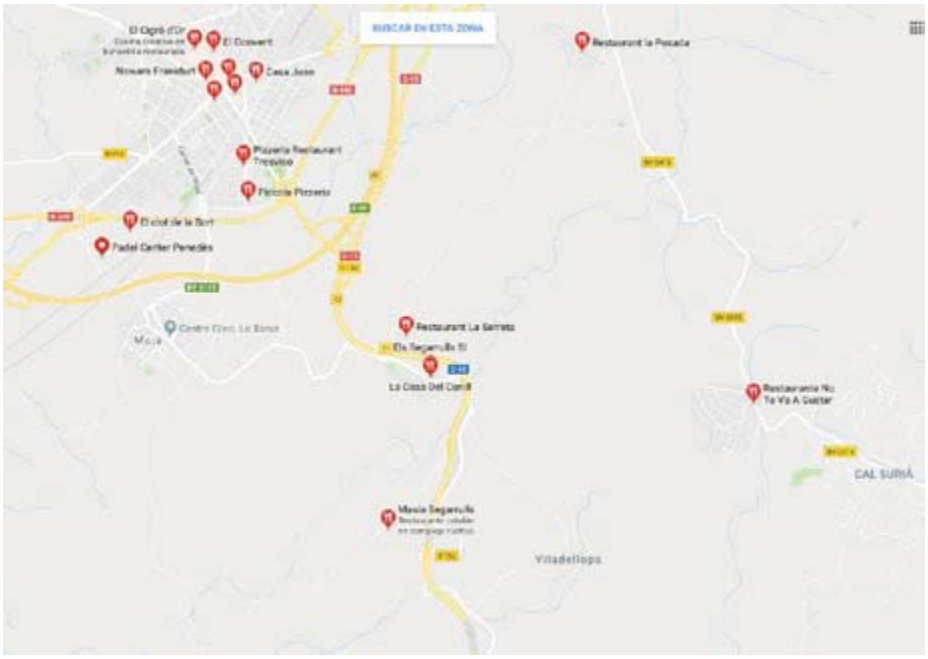


Fig. 8: Cerca a Google Maps

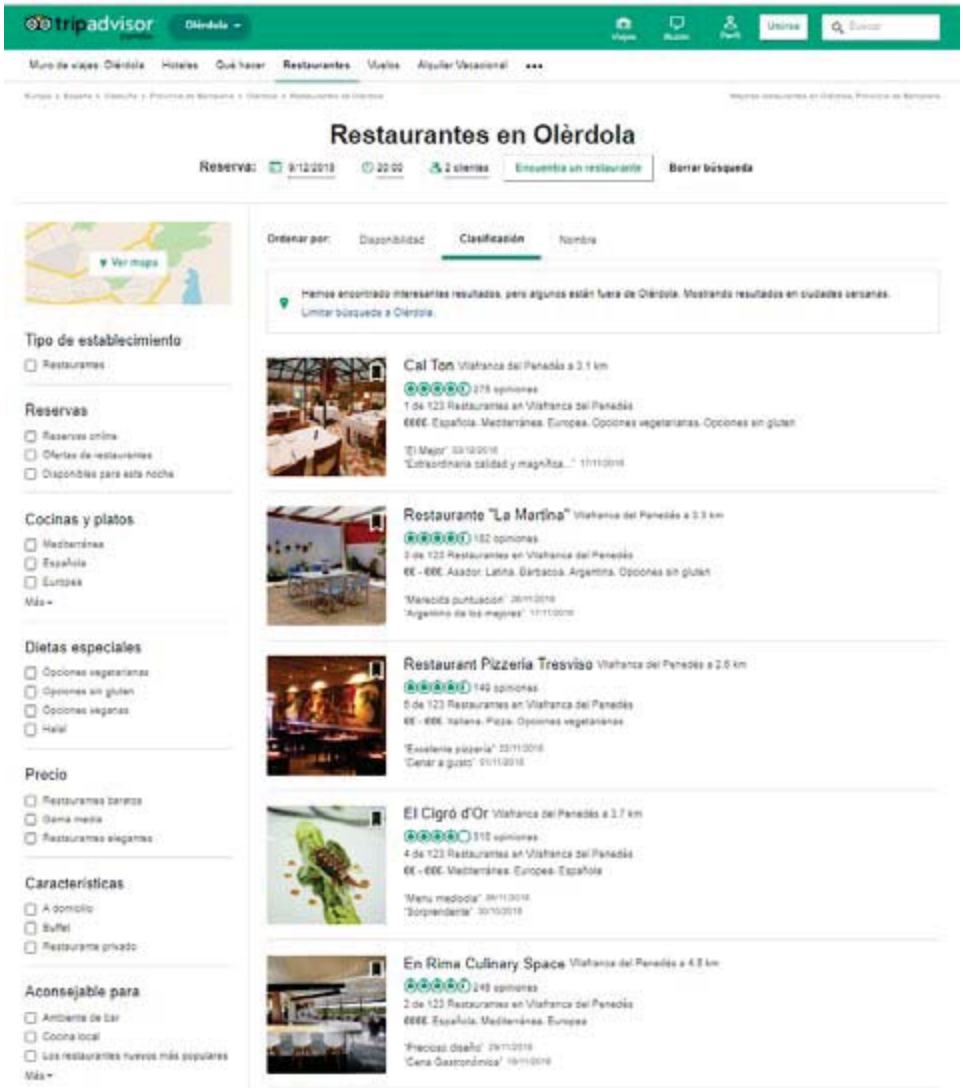


Fig. 9. Cerca de restaurants a TripAdvisor

Allotjament

L'allotjament és principalment rural (9 establiments) excepte l'hotel Bàsic, lligat a les zones industrials. Tanmateix, es troba lloguer vacacional, especialment a les urbanitzacions.

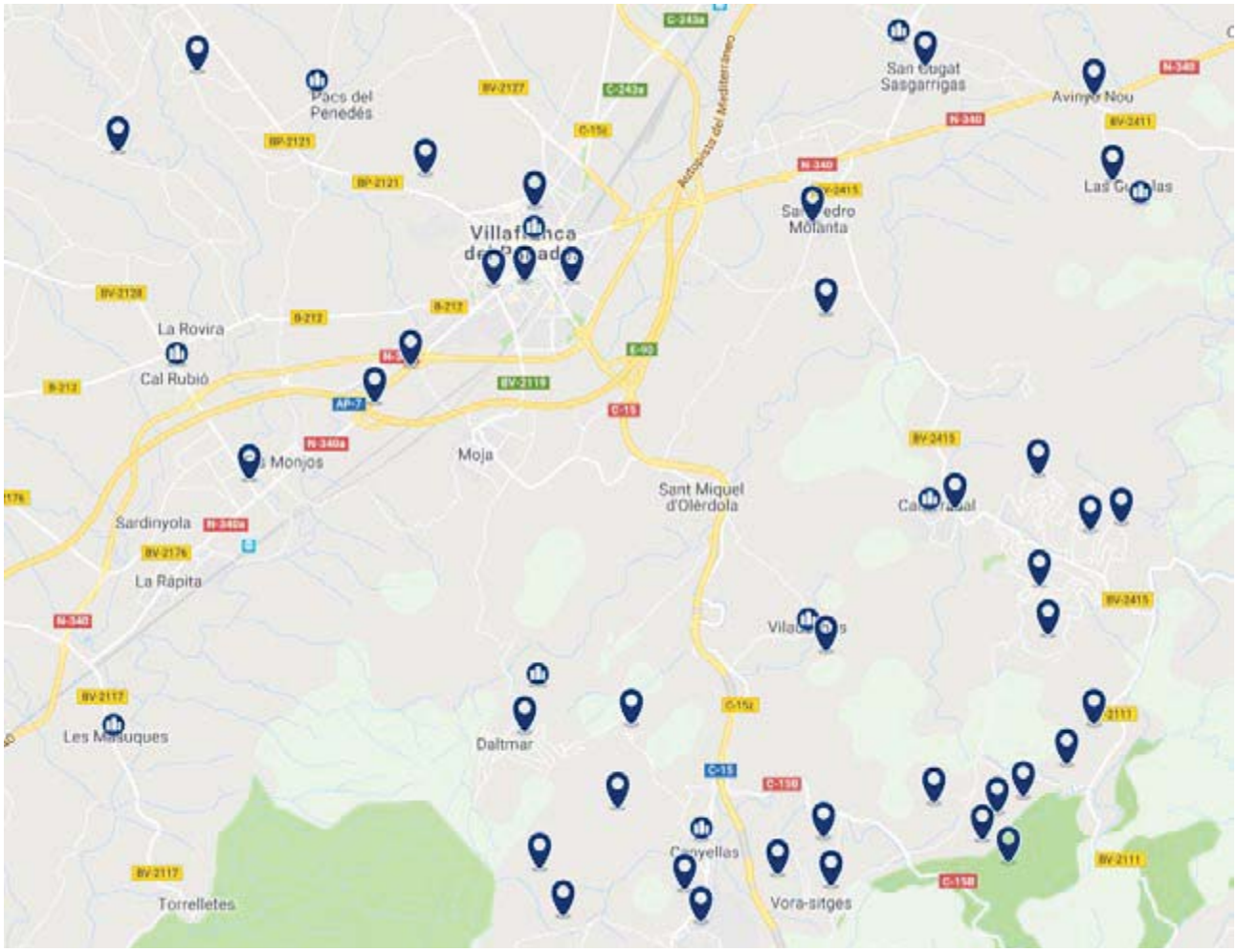


Fig. 10. Cerca d'allotjament booking

Airbnb:

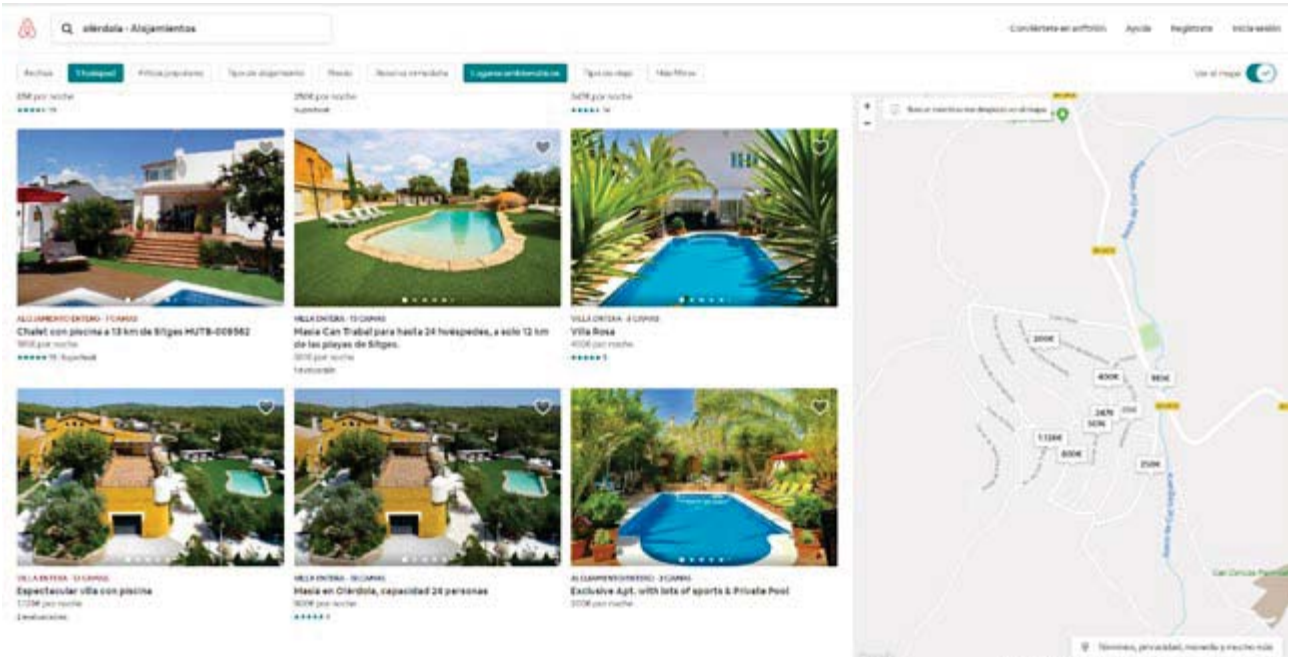
https://www.airbnb.es/s/Olèrdola--Espa%C3%B1a/homes?guests=1&refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&allow_override%5B%5D=&s_tag=HDYBUoSb

Sant Pere Molanta:

https://www.airbnb.es/rooms/12676808?location=ol%C3%A8rdola&adults=1&children=0&checkin=&checkout=&s=ZH1sWWKh

Moja:

https://www.airbnb.es/rooms/25434529?location=ol%C3%A8rdola&adults=1&children=0&checkin=&checkout=&s=ZH1sWWKh



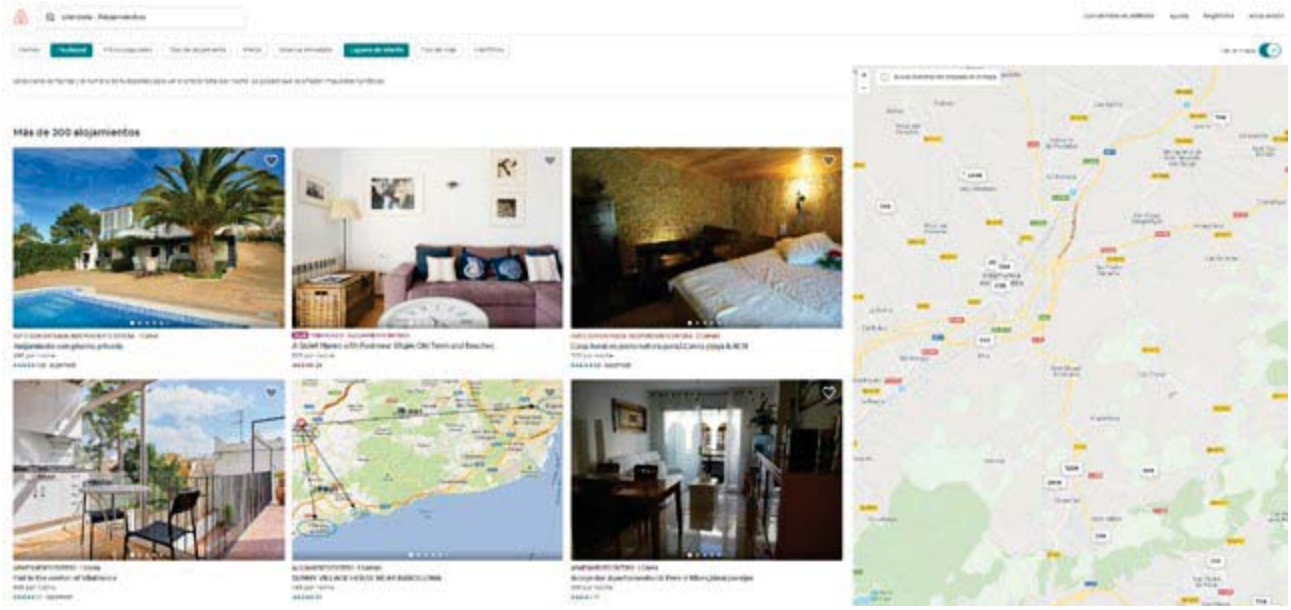


Fig. 11. Emplaçament de la cerca d'allotjament a Airbnb

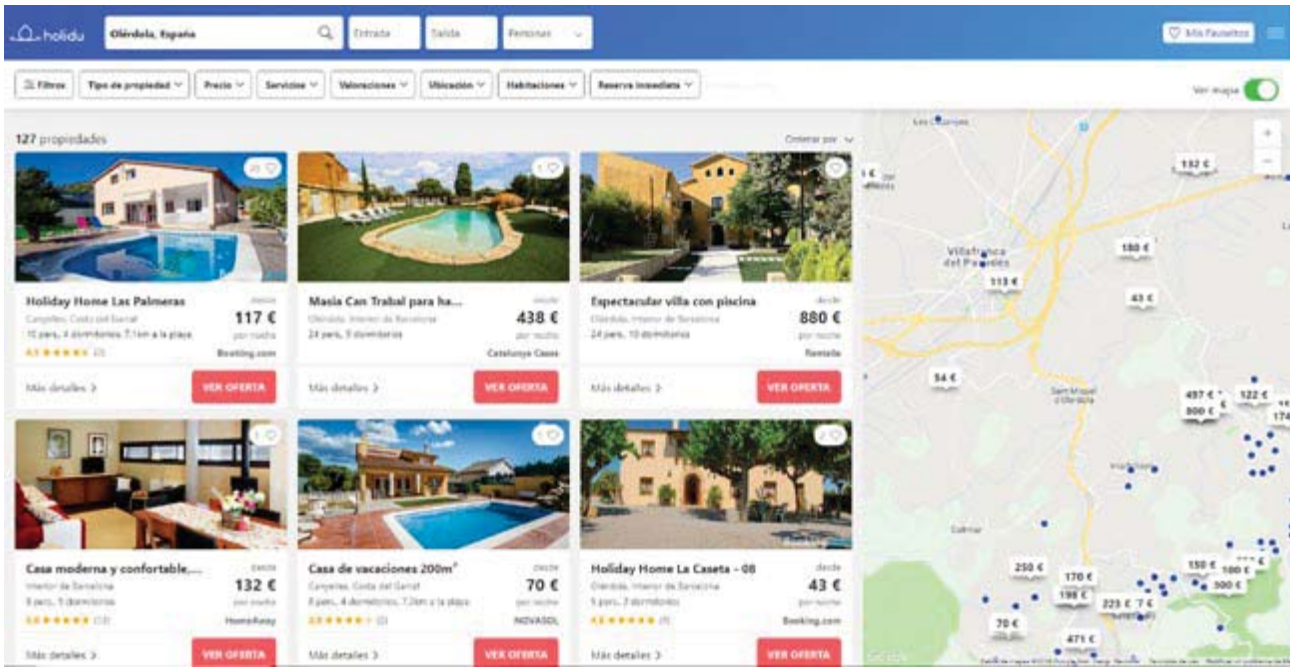


Fig. 12. Mapa de cases rurals segons Holidu https://www.holidu.es/s/Olèrdola.

Comunicació i xarxes

Completem la passejada digital a les xarxes socials no estrictament turístiques, com Facebook, Twitter i Instagram.

Facebook:

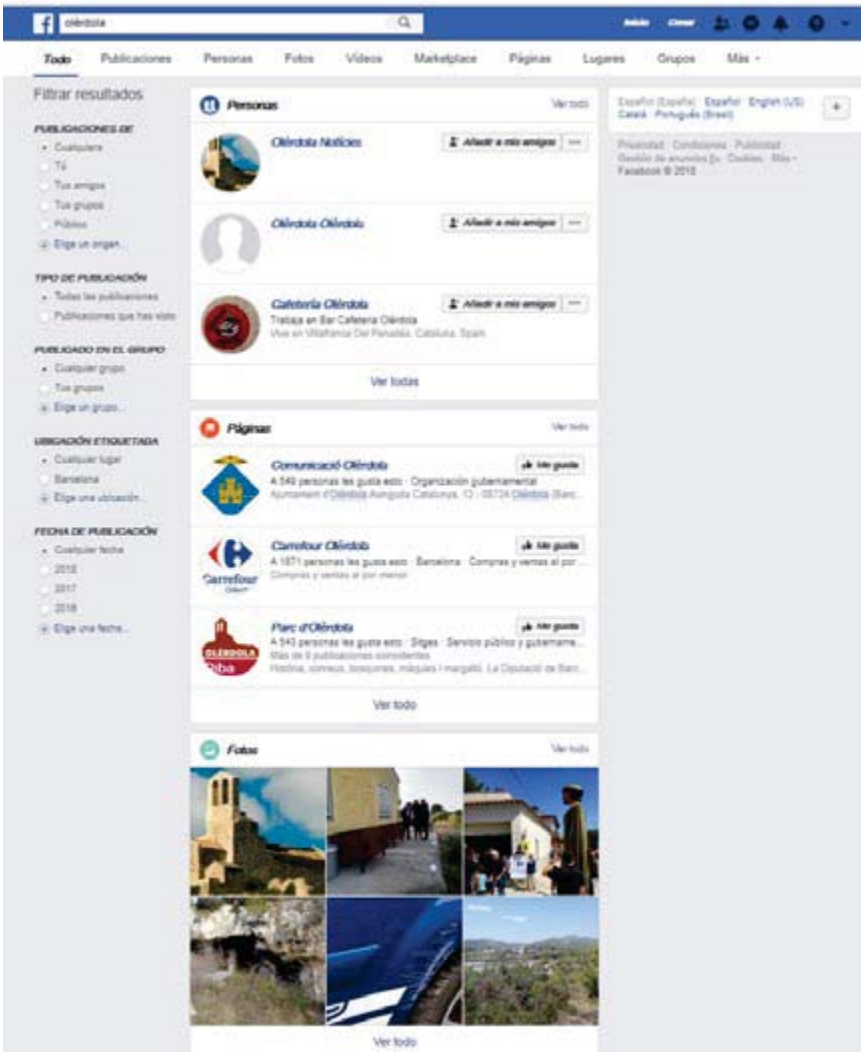


Fig. 13. Cerca de Olèrdola a Facebook

La cerca dona com a resultat 45 grups i 22 planes que porten el nom de Olèrdola encapçalades per l'Ajuntament, Comunicació Olèrdola amb 549 seguidors i un nivell de resposta alt d'interacció.

Twitter:

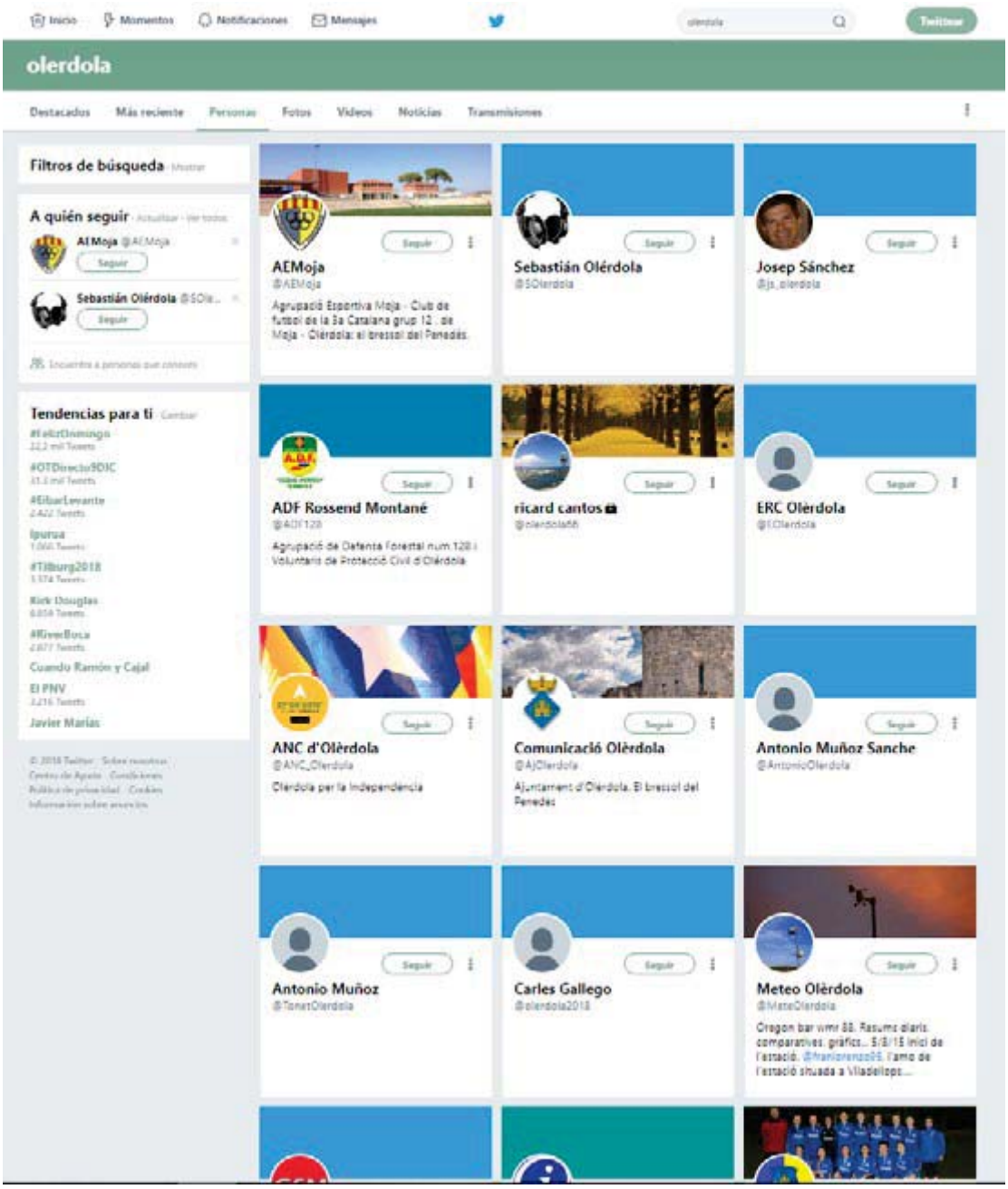


Fig. 14. Cerca Olèrdola a Twitter

Hi ha un total de 20 comptes amb el nom de Olèrdola. Amb1.128 seguidors, l'ANC Moja és el primer en nombre de seguidors.

Instagram:

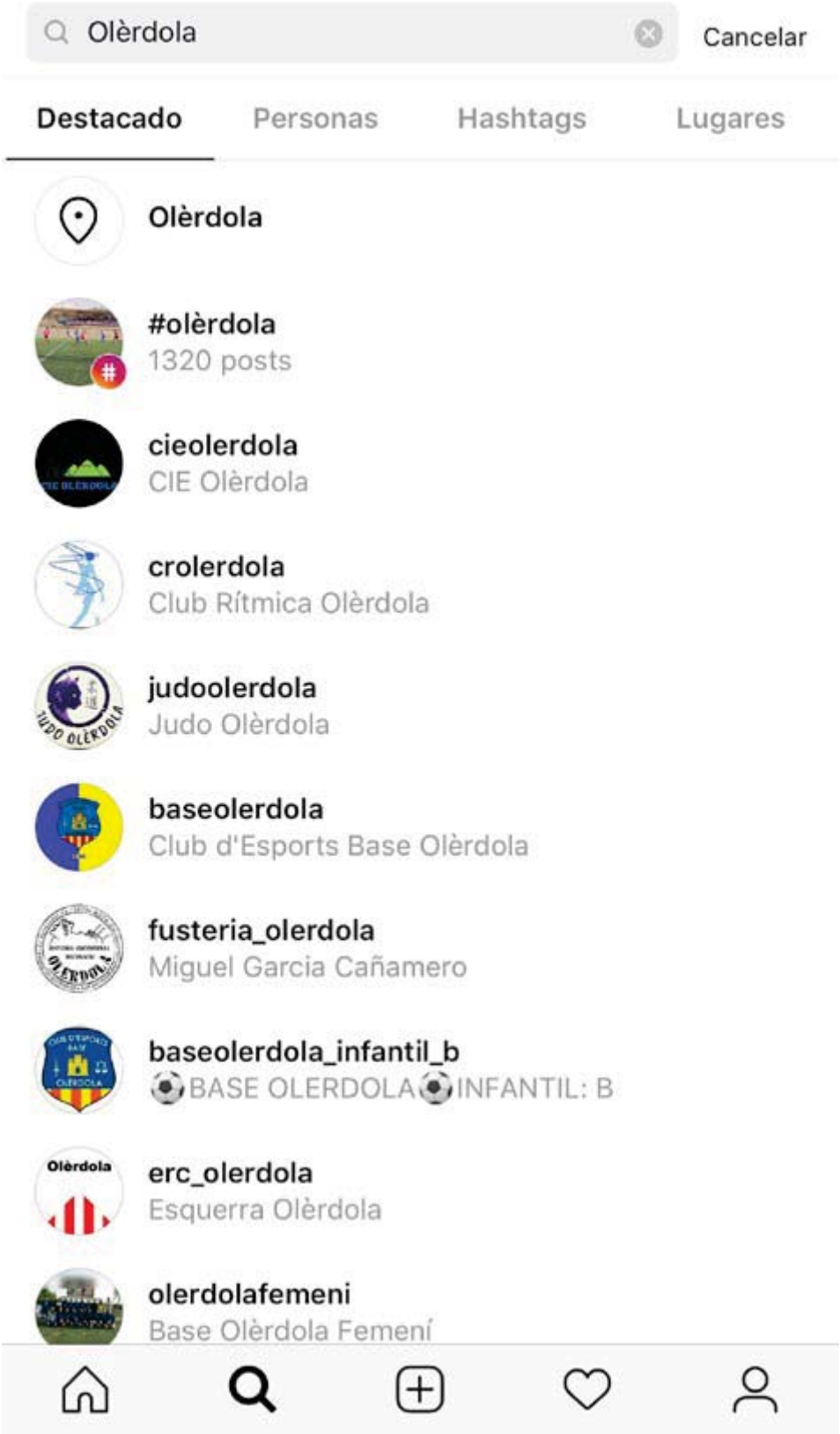


Fig. 15. Cerca Olèrdola a Instagram

Un total de 1.572 posts amb el hashtag #Olèrdola, #olèrdolaesmoltmes #olerdolaelbressoldelpenedes #olerdolamola i #olerdolacastell i 21comptes relacionats.

3.3 Productes turístics

El territori del Penedès i Olèrdola en particular han fruit de l'esforç per desenvolupar productes turístics relacionats amb el paisatge i la producció vitivinícola com ara l'aula de de la vinya i el vi, a Sant Pere Molanta, i el Museu de Vilafranca-Museu del Vi, a Vilafranca del Penedès i rutes i itineraris:

Les rutes del vi i el cava:

El projecte "Rutes del Vi i del Cava de l'Alt Penedès" va néixer l'any 1997: l'Alt Penedès va ser el primer territori espanyol de posar en marxa un projecte d'aquest tipus. De la gestió de les Rutes del Vi i del Cava, s'encarrega des de l'any 1999 el Consorci per la Promoció Turística de l'Alt Penedès.. L'any 2001, les Rutes del Vi i del Cava de l'Alt Penedès es van convertir en un dels sis territoris pilot del projecte "Rutas del Vino de España", i l'any 2004 va ser un dels quatre primers territoris a obtenir el reconeixement de qualitat com a "Ruta del Vino de España". Consistent en la senyalització de 7 itineraris a camins rurals del Penedès.

Recentment s'ha començat la substitució dels antics cartells de senyalització de les rutes del vi i el cava, instal·lats fa uns anys pel Consorci de Promoció Turística del Penedès, pels nous cartells de senyalització enoturística del Penedès.

El disseny dels cartells s'ajusta als criteris establerts per la Direcció General de Turisme i la Direcció General de Carreteres de la Generalitat.

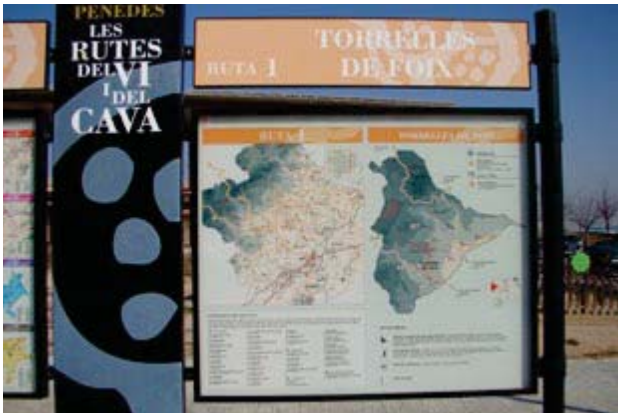




Fig. 16. Cartell de les rutes (2011 i actual)



Camins del vi i el cava

El Servei d'esports i turisme de la Diputació de Barcelona va dut a terme el projecte de rehabilitació de la Xarxa de Camins del Vi i el Cava, una xarxa formada per 11 senders amb els quals es poden fer rutes a peu i en bicicleta per tota la comarca de l'Alt Penedès. D'aquests camins amb noms de varietats de raïm, n'hi ha un que passa pel terme municipal d'Olèrdola: el Monestrell. Actualment està en revisió. La xarxa està disponible a https://itineraris.enoturismepenedes.cat/?&lang=ca_ES

Fig. 17 Llegenda Camins del Vi i el Cava

La carretera del vi

La Carretera del Vi és una proposta enoturística amb un alt valor històric i cultural, que permet als amants del vi descobrir l'antic traçat que unia les vinyes del Penedès amb les platges del Garraf. La Carretera del Vi és la primera Wine Road de tot l'estat, una iniciativa privada i conjunta dels 13 cellers del traçat, amb el suport dels 7 municipis, que s'uneixen per impulsar aquesta innovadora proposta i recuperar la històrica via comercial que ja utilitzaven els romans per fer arribar els vins del Penedès a tot el món. Com les més famoses i conegudes Wine Roads del panorama mundial, La Carretera del Vi, ubicada sobre el traçat de les Carreteres BP 2121, C-15 i C15B, uneix el Castell de Sant Martí Sarroca amb les platges de Sitges i recorre les poblacions de Sant Martí Sarroca, Pacs del Penedès, Vilafranca del Penedès, Sant Miquel d'Olèrdola, Canyelles, Sant Pere de Ribes i Sitges. Un recorregut lineal de 40 km al llarg del qual es poden anar agafant les diferents ramificacions per fer l'escapada enoturística a mida de cadascú, segons els cellers i espais turístics que es vulguin visitar. La Carretera del Vi està pensada per fer amb vehicle a motor. En una segona fase, estarà disponible també per fer a peu o en bicicleta a través d'un recorregut alternatiu i apte per aquest tipus de desplaçament. La iniciativa compta amb el suport dels ajuntaments de Sant Martí Sarroca, Pacs del Penedès, Vilafranca del Penedès, Sant Miquel d'Olèrdola, Canyelles, Sant Pere de Ribes i Sitges.

Penedès 360º

Es tracta d'un producte turístic del Consorci de Promoció turística del Penedès que gira entorn el turisme actiu, sostenible i cultural. Es basa en tres rutes circulars de mountain bike, slow bike i trekking en les quals hi ha degudament senyalitzades les distàncies, els dies que es necessiten per realitzar-les i els allotjaments i serveis vinculats a la ruta. Al llarg del seu recorregut s'ofereixen recursos turístics naturals i culturals, que són els que es desenvolupen i es volen potenciar i revaloritzar amb l'operació presentada al FEDER, que fan del destí enoturístic clàssic un producte més complert, competitiu, de qualitat i sobretot sostenible.

En el terme d'Olèrdola s'ubica l'Actuació 1.3: Restauració interior de la torre de Moja a Olèrdola III fase La Torre Moja d'Olèrdola és un conjunt arquitectònic catalogat com a BCIN que representa un dels elements més característics de la població tant pel seu interès històric-artístic com per trobar-se situat en un lloc estratègic tant des del punt de vista geogràfic i paisatgístic com de l'urbanístic. Es tracta d'una construcció ja documentada l'any 1010 i que està situada al centre històric del nucli de Moja pertanyent al terme municipal d'Olèrdola. El conjunt és una construcció de planta circular amb un diàmetre exterior de 8,8 metres i l'interior de 5,15 m definits per un mur d'aproximadament 1,8 metres d'amplada. La seva alçada exterior és de 12 m. Té adossada una casa construïda al segle XIX, on hi ha l'únic accés actual a la torre. El projecte preveu una actuació general per culminar les actuacions de restauració portades a terme durant els darrers anys, amb l'objectiu que l'edifici recuperi la seva dignitat històsrica. Amb aquesta finalitat es realitzarà una actuació física en tot l'àmbit interior de la torre de Moja per tal de consolidar-lo i restaurar-lo i fer possible el seu ús. Les actuacions previstes consistiran en: - la restauració i consolidació dels paraments i revestiments, - substitució dels sostres i escales per que compleixin els nous requeriments i condicionament de la coberta i la sortida per facilitar la visita.

Miravinya

Proposa un viatge per la geografia, la natura, la cultura i la història del paisatge del vi a través d'un itinerari plantejat per fer en cotxe, organitzada al voltant de cinc miradors (els Miravinya), disposa d'una audioguia a l'aplicatiu mòbil per completar-ne les informacions.

Conjunt monumental d'Olèrdola

El conjunt monumental d'Olèrdola està situat sobre una plataforma rocosa de 358 m d'altitud, als vessants occidentals del massís del Garraf, dins el parc d'Olèrdola, tot dominant la plana del Penedès. Dins el recinte fortificat medieval, l'espai s'estructurava en tres àrees. A la part superior es trobava la zona militar, amb el castell al cim i, més avall, l'àrea sacra, amb l'església i la necròpolis. La part baixa de la muntanya era ocupada per les cases.

Actualment és gestionat pel Museu Arqueològic de Catalunya que hi té una seu, el qual desenvolupa una intensa activitat i projectes de protecció, divulgació i promoció.

Quilòmetre 0 de totes les rutes del vi i el cava

EnoturismePenedès, la plataforma enoturística que recull els productes i permet la seva compra, creant estadístiques sobre les preferències dels clients.

La marca EnoturismePENEDÈS juntament amb Turisme de Vilafranca, inaugurà el 10 desembre 2013 un nou espai al centre de Vilafranca que vol ser el quilòmetre 0 de totes les rutes del vi i el cava del territori. L'espai està situat a la part posterior del Vinseum i té l'objectiu de ser una nova oficina turística que concentri tota la informació respecte als espais i les rutes visitables de l'Alt Penedès, el Baix Penedès i el Garraf.

L'espai té una zona d'atenció al visitant, en la qual es pot visualitzar una projecció de quatre minuts sobre el Penedès així com les oficines del Consorci de Promoció Turística del Penedès.

3. 4 Comunicació i màrqueting

L'Ajuntament d'Olèrdola disposa d'un pla de comunicació redactat internament amb un DAFO:

FORTALESES	DEBILITATS
● Diversitat temàtica, quantitat, freqüencia i pluraritat de la informació generada ● Varietat de mitjans públics de titularitat municipal ● Institució amb cultura consolidada de comunicació corporativa	● Limitada presència a les xarxes socials ● Estructura unipersonal del Servei de Comunicació ● Feble aprofitament de l'entorn associatiu i econòmic en la creació de continguts informatius
AMENACES	**OPORTUNITAS**
● Nous hàbits de consum audiovisual, amb creixent tendència a la segmentació ● Forta identitat particular de cada nucli en municipis dispersos ● Percepció pejorativa de la informació institucional	● Context de gran activació de l'enoturisme ● Municipi de referència nacional en riquesa patrimonial ● Proximitat i bones comunicacions amb Vilafranca i Vilanova ● Teixit empresarial i associatiu ampli i diversificat

Amb els objectius següents:

1. Enfortir els mitjans de titularitat municipal i ampliar presència a les xarxes municipals.

2. Convertir els mitjans municipals en referència de promoció enoturística i patrimonial.

3. Augmentar proximitat, coneixement i eficàcia dels missatges emesos per l'Ajuntament.

A més, des d'enoturismePenedès, s'està engegant una campanya que buscarà crear el concepte Penedès entre tothom, com si es desvetllessin petits secrets personals, anomenat el "Penedès Secret" que volen els seus habitants i que els turistes volen visitar.

Aquest 2018, i un cop presentat el concepte de la campanya " Penedès secret", es treballarà per desenvolupar les accions vinculades i es farà amb la col·laboració especial dels membres de la comissió sectorial, que han participat activament en totes les fases de desenvolupament del pla, juntament amb altres membres col·laboradors i la Diputació de Barcelona, entitat que confiança la redacció del Pla.

3. 5 Esdeveniments

Olèrdola disposa d'una agenda important d'esdeveniments entre els quals destaquen pel seu interès turístic, els carnavals, les festes del most i el 5 DE JUNY: l'Experiència Gran Reserva organitzada per Pimecava (s'han fet dues edicions). L'esdeveniment posa en relleu l'alta qualitat i el prestigi dels caves Premium de petits elaboradors. Aquest acte té l'objectiu d'acostar aquest tipus de producte al gran públic, així com els processos d'elaboració basats en la qualitat i l'artesania. L'Experiència Gran Reserva.

3.6 Comunicacions i Accessos

Olèrdola té una situació estratègica molt bona respecte la xarxa viària. S'hi pot arribar directament per l´Autopista AP7, on té entrades i sortides, per la C-15 (Eix Diagonal Manresa-Igualada-Vilafranca del Penedès-Vilanova i la Geltrú), i per la N-340, com a vials de primer ordre.

L´Eix Rossend Montané uneix els nuclis històrics d´Olèrdola entre sí; La carretera de Sant Pere de Ribes, que duu a Can Trabal, la Carretera de Moja, i els camíns del Castell d´Olèrdola, de Viladellops i de Daltmar, formen la xarxa de camins asfaltats, de doble sentit, que defineixen la malla de vials de segon ordre.

Altres camins asfaltats són: el de Les Planes, de Cal Moles, de Penafel, de les Tres Torres, així com la xarxa de camins rurals que permeten la passejada a peu, o amb bicicleta, i accedir a les moltes finques i masies disperses del municipi.

L´estiu de 1998 es va senyalitzar el que es coneix com la Ruta de l´Aigua i del Vi, pensada per fer en bicileta o a peu. El recorregut, en forma de 8, té sortida a Sant Miquel d´Olèrodola i passa per les diferents fonts així com per algunes de les empreses elaboradores de vins i cava del municipi.

3.7 Mapa turístic

Olèrdola disposa de material promocional, fulletons i un mapa turístic:



Fig. 18 Diverses versions del mapa

3.8 Punt d'Informació Turística

L'Ajuntament d'Olèrdola disposa d'un punt d'informació turística a la planta baixa de l'edifici de l'Ajuntament a Sant Miquel d'Olèrdola, amb consultes i peticions de dilluns a divendres ateses pel personal de l'OAC en horari d'obertura d'Ajuntament.

Caps de setmana i festius dels mesos d'abril a juny i de set a des, externalitzat.

L'Associació Edulis va gestionar-lo de setembre a desembre de 2018. Ara està de nou en licitació. També s'informa de la oferta vinculada al Parc d'Olèrdola, ja que és alhora punt d'Informació del Parc.

Es realitzen les següents tasques i funcions:

- Obrir amb puntualitat la seu del Punt d'informació turística d'Olèrdola, que es troba a l'ajuntament d'Olèrdola en els horaris establerts. Dissabtes, diumenges i festius de 10.00h a les 13.30h
- Garantir atenció en català i castellà.

- Atendre als visitants amb informació sobre els punts d'interès local i comarcal d'acord amb el Sistema de Qualitat turística en espais naturals protegits i la CETS (Carta Europea de Turisme Sostenible), assumint com a propis tots els procediments i protocols que se'n derivin a fi i efecte de donar el millor servei possible.
- Gestionar la bústia de correu departamental de la regidoria de cultura, durant els mesos d'obertura del punt d'informació.
- Vetllar per tenir en estoc guies, fulletons, mapes i d'altra informació turística en suport paper disponible pel visitant.
- Assistir a les reunions de coordinació i cursos que es proposin des del parc per unificar criteris comuns als diferents centres d'informació del parc i a la resta d'equipaments públics existents, tant pels titulars de l'equipament com per la persona que habitualment el substitueix. També, si s'escau participar a les sessions del programa de Punts d'Informació Turística. Aquestes reunions i cursos es duran a terme, sempre que sigui possible, sense detriment del servei i amb l'acord d'entre ambdues institucions.
- Presentar una memòria de les activitats realitzades durant el període de servei. Es presentarà durant el gener de l'any següent.

La freqüentació segons el resum del Servei d'atenció i informació turística d'Olèrdola a l'any 2018 ha estat:

Dades usuaris	setembre	octubre	novembre	desembre	Total
Enquestes	28	27	23	16	94
Sol	1	2	2	0	5
Parella	8	4	12	12	36
Família	8	16	8	4	36
Grups	11	1	1	0	13
Dada no informada	0	4	0	0	4
Consultes	23	15	20	8	66
Entrades	69	55	29	9	162
Total	120	97	72	33	416

Es destaca al resum que la majoria de la informació demandada per l'usuari ha estat en referència al Conjunt Monumental d'Olèrdola, així com dels itineraris de natura del Parc d'Olèrdola.

També es proposa millorar els suports i adequar a les necessitats dels visitants les publicacions existents per fer-les més atractives.

4. DAFO RESUM

	Fortaleses	Debilitats
Anàlisi	**Per realitzar l'anàlisi interna d'una destinació s'han d'identificar dins del territori quins atributs li permeten generar un avantatge competitiu sobre la resta dels seus competidors.** **Avantatges naturals** **Emplaçament/Posició:** Bona situació i comunicació a la segona corona metropolitana. A 60 kms. del centre de Barcelona (50 min.). Situat al costat de Vilafranca del Penedès i en la confluència de dos vies estructurals l'AP7 (de jerarquia internacional) i la C-15 Anoia-Garraf (de caràcter supracomarcal). **Paisatge:** Vistes excel·lents, elements paisatgístics característics com la plana penedesenca amb paisatge de vinyes i el massís del Garraf. Protecció Parc d'Olèrdola. Senders i recorreguts excursionistes. **Recursos superiors:** Enoturisme i Gastronomia. Activitats i festes Extens patrimoni rural Patrimoni arquitectònic/històric, el castell d'Olèrdola **Capacitats diferents:** Adscripció a una marca reconeguda: Penedès. Organitzacions diverses i actives en la defensa del model turístic i en el disseny de productes	**Les debilitats es refereixen a tots aquells elements, recursos, dificultats i actituds que el territori ja té i que constitueixen barreres per aconseguir la bona marxa de la destinació. Les debilitats són problemes interns que, un cop identificats i desenvolupant una adequada estratègia, poden i s'han d'eliminar.** **Recursos i capacitats:** **Planta turística:** Oferta genèrica d'enoturisme amb manca d'articulació privada amb els productes existents. Manca de major coordinació entre estaments. Dinàmica principal d'excursionisme (visites de dia) de part del visitant metropolità. Infrautilització del patrimoni cultural i natural local per sustentar afluència de visitants. Senyalització deficient. **Informació:** Pocs continguts digitals. Manca que la comunicació arribi a un públic més ampli i supracomarcal. **Urbans:** Manca d'aparcament i manca pacificació trànsit. Nuclis de població dispersos. Deficient connexió modal amb l'estació de ferrocarril de Vilafranca, clau per reforçar la funció turística i esportiva amb la residencial. **Resistències socioeconòmiques** Dèficit en la vertebració interna del territori local i relativa desconnexió amb la marca 'Olèrdola'. Activitat vitivinícola deslligada de l'enoturisme. Poca atracció comercial dels nuclis urbans. Capacitat organització local amb poca transcèndencia. Pocs emprendiments relacionats amb gestió turística.

	Oportunitats	Amenaces
Anàlisi Externa	**Les oportunitats són aquells factors positius que es generen en l'entorn i que, un cop identificats, poden ser aprofitats.** **Posicionament estratègic** Nexe Garraf-Penedès-Anoia. Turisme com a cohesionador social del territori. Promoció del turisme cultural amb la marca Olèrdola referida al patrimoni. Adscripció a la marca Penedès. Consolidar els productes existents amb major vinculació de l'oferta privada. **Eixos d'oferta** Oferta d'activitats d'oci cultural, educatiu, d'animació i esport, claus per a nous mercats turístics: • Turisme cultural • Itineraris ciclistes • Wiki pedra (Pedra seca, Patrimoni Mundial) • Potenciar esdeveniments actuals (cava Premium). Oferta àmplia de restaurants i comerços al servei d'un poble turístic i residencial. **Acupuntura turística** Petits projectes articuladors turístics del territori: Articular aquests projectes amb projectes supralocals. Convertir en producte els relats atractius: Mir Geribert. Revalorització del paisatge cultural del terme i connexió amb les comarques veïnes com actius en l'oferta turística. Millores en la qualitat urbana i estètica de carrers comercials. **Aspectes socioeconòmics** Incrementar el paper d'associacions de comerciants i d'empresaris d'hostaleria en la dinamització de l'economia local. Recolzar l'emergència de grups locals motivats. Aixecar el grau de conscienciació social i institucional respecte a la necessitat d'impulsar processos de cooperació i coordinació en projectes que afecten al municipi afegint-hi el punt de vista turístic. **Noves tecnologies** Dinamitzar l'app, web i relats articuladors d'Olèrdola: Turisme transmedia.	**Les amenaces són situacions negatives, externes al projecte, que poden atemptar contra aquest, per la qual cosa arribat al cas, pot ser necessari dissenyar una estratègia adequada per poder esquivar-les.** **Alts riscos - Canvis en l'entorn** Limitar-se a l'àmbit territorial municipal (és limitat) com a oferta pròpia. Desconnexió amb termes i productes veïns. Paisatge: pedreres i infraestructures viàries. Decadència paisatge i deteriorament del patrimoni rural. Dispersió o atomització de productes similars de competidors propers: Competència estèril. Desconeixement dels productes. Poca participació empresarial. Insuficient implicació ciutadana, poca consciència social turística. Manca de coordinació i col·laboració públic-privada.

5. OLÈRDOLA: CONJUNT MONUMENTAL

El castell d'Olèrdola, nom que no fa la cosa, posseeix un conjunt arqueològic i històric de gran importància i no aprofitat com li escauria als interessos turístics del municipi. Tal com esmentat a l'inici, te un valor icònic diferenciador i la feliç coincidència de pertinença a un espai natural fa que dues institucions vetllin per la conservació, investigació i divulgació del seu patrimoni històric i natural MAC i el Servei de Parcs de la Diputació de Barcelona.

Podríem parlar d'un ecotò[10] històric i natural pel fet de trobar-se en el límit dels ecosistemes del Garraf i de la Plana penedesenca i alhora una terra de frontera pels diversos pobles que hi van assentar-se.

Aquesta acumulació enorme de riquesa i de relats possibles (una muntanya d'històries) a més de la seva estratègica ubicació respecte de l'àrea metropolitana de Barcelona i dins del Penedès, no troba rèplica d'èxit en la visita com li correspondria. De totes les seus del MAC, és la que menys visitants rep amb diferència[11].

01. **Dades clau del Museu d'Arqueologia de Catalunya 2013-2017**

Datos clave del Museo de Arqueología de Cataluña
Key data from the Museum of Archaeology of Catalonia

	2013	2013	2014	2015	2016	2017
Visitants a totes les seus Visitantes a todas las sedes *Visitors to all premises*		300.644	296.596	327.561	340.562	**351.484**
Barcelona *Barcelona* *Barcelona*		*32.284*	*32.568*	35.351	36.555	**35.028**
Empúries *Empúries* *Empuries*		*142.768*	*139.227*	146.011	149.812	**154.138**
Girona *Gerona* *Girona*		*73.663*	*78.815*	100.174	109.673	**120.048**
Olèrdola *Olérdola* *Olerdola*		*19.004*	*13.423*	14.324	13.787	**13.556**
Ullastret *Ullastret* *Ullastret*		*28.886*	*32.563*	31.701	30.735	**28.714**
Activitats Actividades *Activities*		214	64	85	90	**141**
Sessions Sesiones *Sessions*		1.648	255	208	578	**2.287**
Usuaris Usuarios *Users*		62.618	61.308	84.189	89.030	**83.577**
Visites al web Visitas a la web *Web visits*		178.174	184.997	223.304	248.016	**288.123**
Personal Personal *Staff*		58	63	65	65	**65**

Font/Fuente/*Source:* Departament de Cultura/ Departamento de Cultura/ *Department of Culture*

Fig. 19 Taula de visitants

[10] Terme biològic que defineix el límit natural entre dos ecosistemes diferents.

[11] L'any 2016 la coordinació del MAC Olèrdola va ser desenvo¬lupada directament per l'Àrea de Monuments de l'ACdPC (Agència Catalana de patrimoni Cultural).

Tenint en compte que les visites escolars són les mateixes que, per exemple, a Ullastret, l'escletxa encara és fa més gran pel que fa a turistes i famílies.

ACCIÓ EDUCATIVA. PÚBLIC ESCOLAR

SEU	2017	2016
MAC BARCELONA	12.737	12.074
MAC EMPÚRIES	30.591	28.592
MAC GIRONA	9.946	8.249
MAC OLÈRDOLA	3.012	4.264
MAC ULLASTRET	3.075	2.557
Total	59.361	55.736

Fig. 20 Taula de visitants escolars

Quan comparem l'interès turístic d'aquests dos recursos fent servir tripadvisor, Olèrdola queda clarament menysvalorada tot i tenir la mateixa nota (4,5 sobre 5) en tant que Ullastret disposa de 111 comentaris i Olèrdola només 13. Tanmateix, el percentatge de satisfacció és molt més alt, amb un 63% de valoració 'excel·lent' contra un 47%.

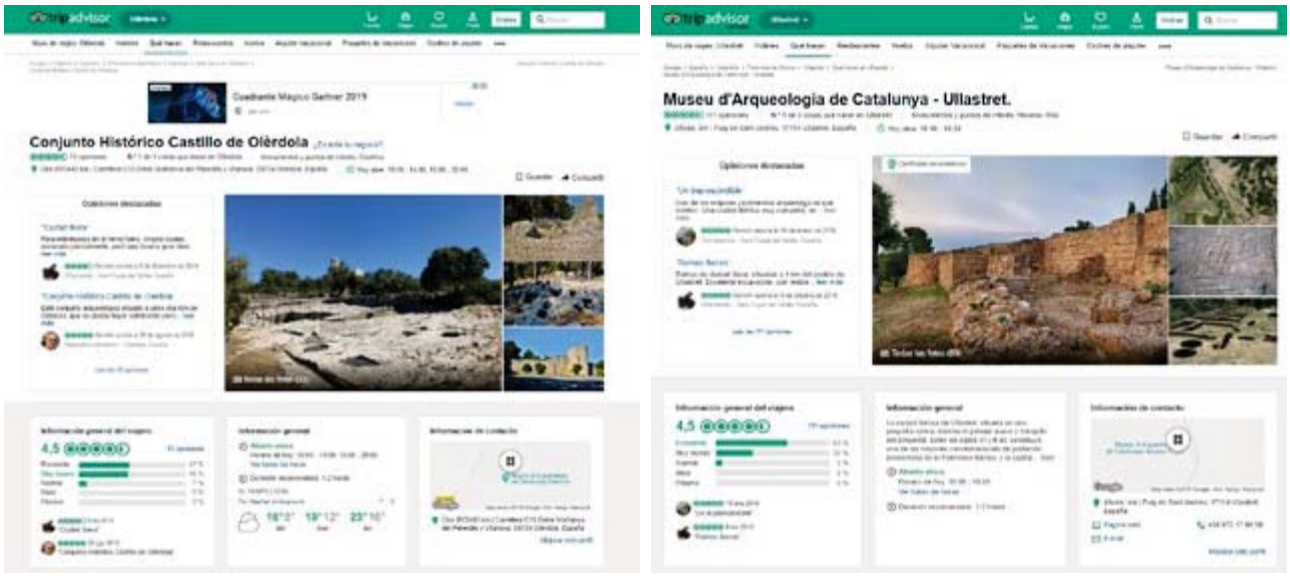


Fig. 21 Imatges de Tripadvisor

Una de les opinions posa en evidència aquesta diferència:

'Te tiene que gustar. Para ver hay entre muy poco y nada, pero la imaginación es poderosa. La muralla es notablemente buena, las cisternas sobresalientes, las tumbas numerosas y poco más. Si pasas por la zona y quiere pasar la mañana está bien.' **abril de 2018**

Podríem afegir que és barat: 3,50€ l'entrada general. De fet, la difícil comprensió per part dels visitants del conjunt, és reconeguda al document de prioritats del MAC. L'actual Centre d'Interpretació va ser obert l'any 1998 amb caràcter provisional, a l'espera de l'execució del Pla Director (1998) en el que estava contemplat la construcció d'un nou edifici fora del recinte emmu¬rallat. El discurs ha quedat obsolet després de 20 anys d'intervencions arqueològiques amb l'increment del coneixement i nou material museïtzable. A més, la museografia ha quedat antiquada.

Tot això pot esdevenir la causa de la manca d'interès del públic i, la 'manca d'interès' dels visitants és el segon motiu principal adduït pels no-visitants dels museus enquestats per l'Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya[12] amb un 34,2% a poca distància del 43,9% de la 'manca de temps'.

Si, a més, afegim la diferència pressupostària segons la memòria del MAC:

PRESSUPOST

SEUS	2017	2016
MAC BARCELONA	1.834.956,00 €	1.827.680,45 €
CASC	179.718,2 €	53.837,04 €
MAC EMPÚRIES	1.479.228,37 €	1.632.961,06 €
MAC GIRONA	788.772,36 €	698.434,22 €
IBERIA GRAECA	2.350,67 €	1.500 €
MAC OLÈRDOLA	886.139,16 €	79.522 €
MAC ULLASTRET	345.366,16 €	229.590,28 €
Total	**4.718.531,01 €**	**4.271.480 €**

Fig. 22 Taula de pressupost comparat

disposem de diverses raons (tot i que no són objecte d'aquest treball) que poden explicar la baixa repercussió turística del recurs i, nogensmenys es fa palès la gran oportunitat que es presenta a la corporació municipal per tal de liderar l'activació del monument com a principal recurs i catalitzador turístic del municipi i de la comarca.

Sembla imprescindible d'entrada la revisió del projecte de 1998 que aportava solucions interessants i que passats 20 anys s'hauria de renovar i posar el conjunt a l'aixopluc del Pla de Museus 2030 del Departament de Cultura per tal de *'d'aprofundir i d'eixamplar la vocació social dels museus, la recerca de l'equilibri territorial en la seva implantació i el desig d'incrementar la seva projecció a escala nacional i internacional'*.

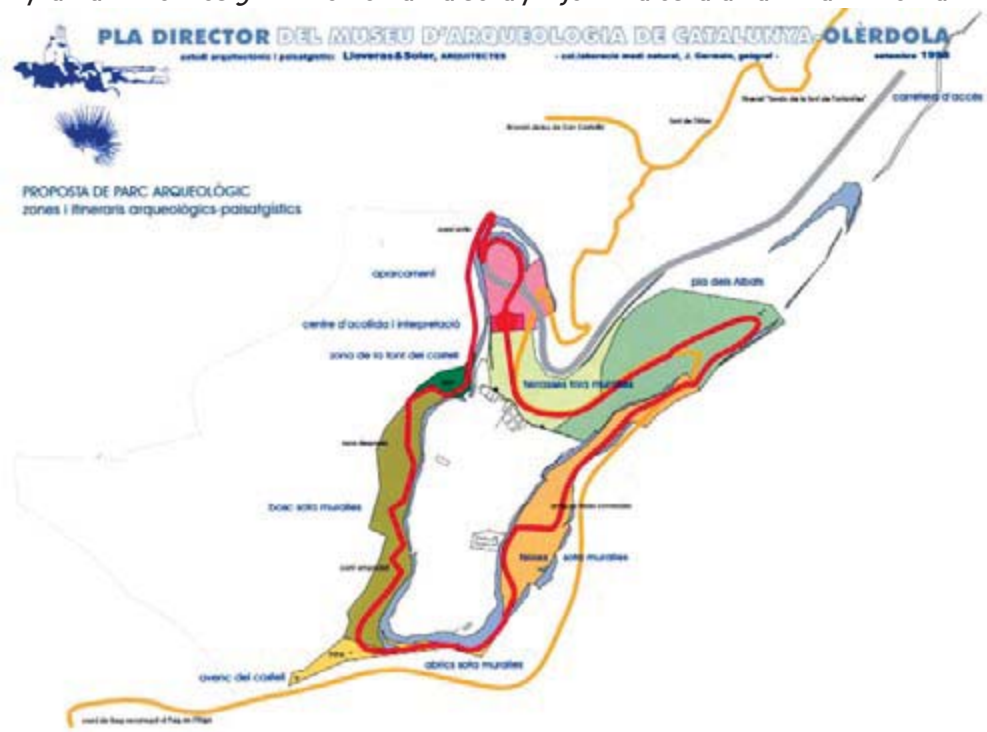


Fig. 23 Imatge d'esquema del Pla Director

[12] Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya (OPPCC) Enquesta de participació cultural a Catalunya 2017. EPCC–2017 (EPCC-2017). Resultats relatius a les pràctiques culturals dels catalans: museus i altres centres expositius Girona, juny de 2018.

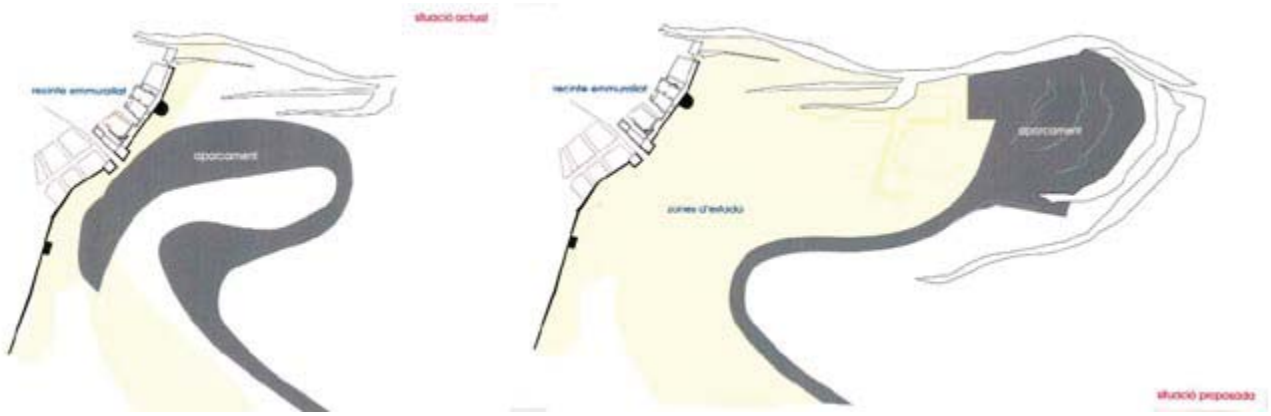


Fig. 24 Comparatiu de zona d'aparcament

El Pla Director de 1998 fa un acurat estudi paisatgístic i d'emplaçament de les peces de servei al conjunt proposant el canvi d'emplaçament de l'aparcament per recuperar el 'fondo' davant de la muralla romana per tal de donar-li major visibilitat i prestància a la visió d'arribada dels visitants. També proposa un nou centre d'acollida fora del recinte murallat que, de pas, dona millor accés als nous itineraris i als restes medievals del pla dels Albats potenciant així les possibilitats de visita fruit de les investigacions dels darrers vint anys. Entendre'l com a conjunt complex, romà, iber i medieval i no tan com a castell que confon al visitant.

Tanmateix, s'hauria de revisar i renovar la museografia així com digitalitzar i procurar experiències immersives 3D que permetin un millor gaudi del recurs i entendre els fets i personatges que l'habitaren.



Fig. 25 Perspectives del Pla Director

Un altre acció necessària seria la de proveir al lloc d'informació, tast, coneixement i compra de l'oferta olerdolenca i penedesenca, fins i tot habilitant-hi punt d'informació turística. De fet, l'actual punt d'informació turística emplaçat a la seu de l'Ajuntament rep molts menys visitants: 416 visitants en quatre mesos (extrapolant-los a un any complert son 1.248, molt per sota dels 10.531 visitants del castell si restem els escolars). A més, la major part de les consultes al punt d'informació fan referència justament al castell. Semblaria interessant invertir el flux d'informació o, si més no, fer-lo biunívoc, del castell a l'entorn i viceversa.

Al conjunt li cal també una programació social i cultural a més de l'educativa i museogràfica, connectant-la amb la oferta comercial turística i vitivinícola. Ara per ara es fan festes, trobades i fires però caldria una programació professional a l'espai més emblemàtics del Penedès i reforçar vincles amb la comunitat local mitjançant voluntariat i endegar un procés de 'placemaking'[13].

És aquest un moment molt adient per a la transformació del 'castell d'Olèrdola' en tant que, tal com diu el Pla de Museus, Museus 2030, la suma dels actuals museus d'Història de Catalunya i d'Arqueologia de Catalunya ha de donar com a resultat el Museu Nacional d'Història i Arqueologia de Catalunya. En els quatre anys vinents, es definiran els projectes museològic i museogràfic, se li donarà una nova personalitat jurídica, s'aprovarà com a museu nacional, i es redactarà i s'aprovarà el projecte arquitectònic. En aquest sentit s'estudiarà la possibilitat d'ubicar el nou equipament al Pavelló Alfons XIII que ara gestiona la Fira de Barcelona. És inexcusable preparar Olèrdola per competir dins d'aquest repte que comportarà noves oportunitats. Es tracta d'incrementar la capacitat comunicativa del 'castell' i estimular el seu potencial per proveir continguts i experiències de qualitat.

Iniciàvem aquest capítol amb la dificultat de posar-li nom al conjunt arqueològic, no és només un castell, ni un conjunt monumental ni un parc arqueològic i ho és tot alhora. Popularment conegut com a 'castell d'Olèrdola', també ha estat anomenat com a 'Conjunt Monumental d'Olèrdola' o 'Conjunt Històric d'Olèrdola'. Des del MAC es proposa fer servir el topònim Olèrdola sense adjectius, de la mateixa manera que es fa servir 'Ullastret' o 'Empúries' a la seva web. El nom d'Olèrdola te un avantatge en tant que no rivalitza socialment ni comparteix amb el nom d'un poble, ni és patrimoni exclusiu d'una comunitat. Els habitants d'Olèrdola són mogencs o molantencs... els pobles es diuen Moja, Sant Miquel o Sant Pere... aquest fet deixa el topònim lliure de connotacions i disponible per etiquetar-lo als buscadors amb un nom amb forta potència i sense homònims catalans.

Caldria també un estudi comparatiu o de benchmarking amb altres territoris que han fet d'un castell el centre de la seva estratègia turística com ara:

- York: My castle gateway https://mycastlegateway.org/
- Leeds, the loveliest castle in the world: https://zesttheagency.com/work/leeds-castle/
- Bran: El Castell de Drácula: http://www.bran-castle.com/

En definitiva, caldria renovar el Pla Director i inserir-lo en l'estratègia 2030.

[13] *El placemaking és un enfocament multifacètic per a la planificació, disseny i gestió dels espais públics per tal de convertir-los en llocs de trobada i convivència entre les persones i el seu entorn, involucrant-hi directament a la gent en la presa de decisions sobre com vol que sigui.*

6. PARC D'OLÈRDOLA

Els Parcs del Garraf, Olèrdola i Foix van iniciar el seu treball en el procés d'obtenció de la Carta Europea de Turisme Sostenible – CETS- els anys 2015 i 2016 culminant amb l'atorgament de la CETS el desembre del 2017. Aquesta acreditació, gestionada per la Federació Europarc, consisteix en la implantació d'una metodologia de treball participativa que te com a objectiu estructurar i promoure el desenvolupament d'un model de turisme sostenible en els espais naturals protegits d'Europa i que finalitza amb un reconeixement, per part de la pròpia Federació, com a territori adherit a la CETS[14].

Els programes del Parc per l'ús social son aquells organitzats des de la Xarxa de Parcs de la Diputació de Barcelona. Son programes d'activitats per als visitants per donar a conèixer i fer valorar el parc. Les dades dels tres parcs son[15]:

Programa	Participants		
	2014	2015	2016
Dia Europeu dels Parcs	204	101	162
Viu el Parc	580	1.266	Dada no facilitada
Passejades guiades	183	157	278

En quant al Parc d'Olèrdola, les passejades programades els darrers anys donen aquests resultats:

Any	Nombre de dies	Dies realitzats	% d'anul·lacions	Total d'usuaris	Usuaris/dia programat	Usuaris/dia realitzat
2012	33	23	30,3	377	11,42	16,39
2013	41	33	19,51	474	11,56	14,36
2014	37	28	24,32	380	10,27	13,57
2015	43	15	65,11	231	5,37	15,40
2016	37	21	43,24	249	6,72	11,85

Distribuit per programes:

Nom de l'itinerari	Nombre de dies programada	Nombre de dies realitzada	Total d'usuaris	Usuaris/dia realitzat
Com es vestien els ibers d'Olèrdola?	4	0	0	0
Guisla, la remelera d'Olèrdola	6	3	15	5
L'estrany viatger i el seu mapa	4	3	41	13,6
La vida a la prehistòria d'Olèrdola	4	4	41	10,25
Lluna plena al Parc d'Olèrdola	2	1	15	15
Olèrdola, la ciutat medieval del segle xi	11	6	52	8,6
Olèrdola, una muntanya d'històries	2	1	3	3
Tasta la història del vi al bressol del Penedès	1	0	0	0
Els tions han arribat al bosc d'Olèrdola	3	3	82	27,3
Total general	**37**	**21**	**249**	**11,85**

El preu general és de 3€

[14] CARTA EUROPEA DE TURISME SOSTENIBLE Memòria 2017-2018 Als Parcs del Garraf, Olèrdola i Foix Europarc, Xarxa de Parcs Naturals DIBA FEBRER 2019

[15] No disposem de dades més enllà del 2016.

7. CONCLUSIONS I EIXOS ESTRATÈGICS

Tal com s'ha descrit en punts anteriors, Olèrdola disposa d'una oferta turística variada i equilibrada, encara que petita i amb capacitat de créixer significativament en quantitat i qualitat i fer-se més eficient. Recursos com el 'castell', reconegut per tots els actors entrevistats com la gema principal, estan infrautilitzats i racons tan interessants com Viladellops encara son molt desconeguts. Tanmateix el Parc podria augmentar la seva afluència de visitants, més encara amb l'obtenció de la Carta Europea de Turisme Sostenible.

La cultura del vi és allò que millor identifica al territori tot i que hi és menys present del que la seva potencialitat turística reclama. Els interessos comercials particulars i corporatius predominen a voltes per sobre dels territorials i culturals dificultant una experiència transversal i de qualitat pel visitant. Hi manquen pràctiques consistents amb les consignes publicitàries. La compra i visita a les bodegues no sempre és possible i el binomi gastronomia i vi de qualitat no és tan comú com les expectatives generades. En qualsevol cas, Olèrdola disposa de qualitat en aquest àmbit, actors compromesos i el guiatge d'Enoturisme Penedès per millorar-ho.

El 'castell' d'Olèrdola com a principal recurs i atractiu dels visitants d'Olèrdola ha de fer un pas endavant i millorar l'experiència que dona per tal d'augmentar la seva concurrència i esdevenir el centre d'una estratègia centrífuga de 'difusió i venda' de l'oferta social, comercial i cultural del municipi i centrípeta d'afluència dels visitants del Penedès i metropolitans.

A més del 'castell', Olèrdola disposa d'altres recursos patrimonials de més difícil articulació[16] com el Sant Sepulcre o els mil·liaris de la Via Augusta[17], que s'haurien de vincular més eficaçment a itineraris i productes existents. A banda, s'haurà de millorar el nivell de protecció i l'aposta per una política de conservació i preservació dels elements de patrimoni rural i natural.

- Declaracions BCIL
- Protecció de les visuals i el paisatge
- Millora de la protecció urbanística

S'identifiquen moltes experiències 'post-turístiques' al voltant de senderisme, excursionisme i cicloturisme moltes vegades invisibles pel sector turístic i, en canvi, la societat civil organitzada d'Olèrdola disposa voluntariat i capacitat organitzativa que podria potenciar i fer visibles aquestes pràctiques i generar producte, potenciar i estructurar itineraris i augmentar la vinculació amb els parcs naturals: Garraf, Foix i Olèrdola.

Els nuclis del municipi, Moja, SanPere i Sant Miquel, disposen de poca vida urbana i oferta comercial per a atreure visitants/compradors que els dinamitzin. El comerç de proximitat és un un element que actua com aglutinant dels sistemes productius locals d'aquests espais, amb generació d'ocupació, proveïment bàsic a la població resident i comercialització de productes locals. Tal com diu José Antonio Donaire[18], 'Els pobles perden comerç urbà perquè els residents compren en grans superfícies situades en espais perifèrics. Perden vida urbana perquè els residents fa temps que no omplen les places i els jardins. Perquè hi ha un fenomen global de renúncia a l'espai públic i sublimació de l'espai privat. Amb turistes o sense, els nuclis

[16] Alguns d'ells son privats i altres tenen localitzacions disperses i de difícil integració.

[17] N'hi ha un a Sant Pere Molanta i forma part d'un conjunt: www.viaaugustapenedes.cat

[18] Professor de geografia humana a l'Escola de Turisme de la Universitat de Girona

estan perdent el seu principi essencial, que és la vida pública'. De la importància del comerç al turisme dona dimensió aquesta dada: dels 40 milions d'euros diaris que genera el turisme al país, el 21% són ingressos per al comerç. Només la restauració ho supera, amb el 26%, mentre que l'allotjament rep el 14%. Caldria millorar, modernitzar i / o crear un model de comerç que respongui a les necessitats de residents de la zona i també a turista.

En tant que Olèrdola està inserida en un context fortament planificat i amb estratègies superiors d'ampli abast, sembla raonable evitar accions municipals de màrqueting i promoció com a eixos estratègics sinó generar continguts propis, comunicar-los i coordinar-se amb els gestors públics i privats actuant al territori. L'Ajuntament disposa de recursos humans i físics per tal d'escometre aquest repte de comunicació i participació per construir la seva identitat digital i local.

En quant a la demanda, disposem, del treball de la DIBA, *Turisme a l'entorn de Barcelona 2017* [19], en el qual es presenta un perfil de la demanda per comarques amb algunes dades interessants per tal de procurar definir la demanda pròpia d'Olèrdola.

Així, sabem que el 2017 visitaren les comarques de Barcelona 4,7 milions de turistes, dels quals el 43,9 % són nacionals; el 43,4 %, europeus; i el 12,7 %, internacionals.

Les dades no son bones per l'Alt Penedès, només el visiten el 1,0 % : 47.000 turistes i segons dades del 2018[20], hi ha un decreixement d'ocupació de 26 punts a la comarca tot i que la xifra general de visites a l'entorn de la capital catalana han augmentat un 30%. Això fa pensar per un costat en la necessitat de repensar l'oferta i per l'altra la dimensió de les oportunitats que s'obren per a Olèrdola dins de la destinació Penedès.

Seguint amb el perfil de demanda, el 64,3 % són homes, amb una mitjana de 45,7 anys, i viatgen en grups de 4,3 persones de mitjana. El 67,6 % contracten el viatge de manera independent i, el 51,3 %, repeteixen.

El 65,1 % viatgen per vacances o oci.

El 49,7 % s'informen per internet o xarxes.

La despesa diària és de 90 € i fan una estada aproximada de tres nits.

[19] *Perfil turista de l'Alt Penedès https://prezi.com/5210nu-xario/perfil-del-turista-de-lalt-penedes-2017/?utm_campaign=share&utm_medium=copy. Feina feta amb el lab turisme . https://www.diba.cat/web/dturisme/238*

[20] *ENQUESTA FLAIX SETEMBRE 2018 (i resum de temporada d'estiu 2018) Indicador d'Ocupació turística en els allotjaments de l'entorn de Barcelona*

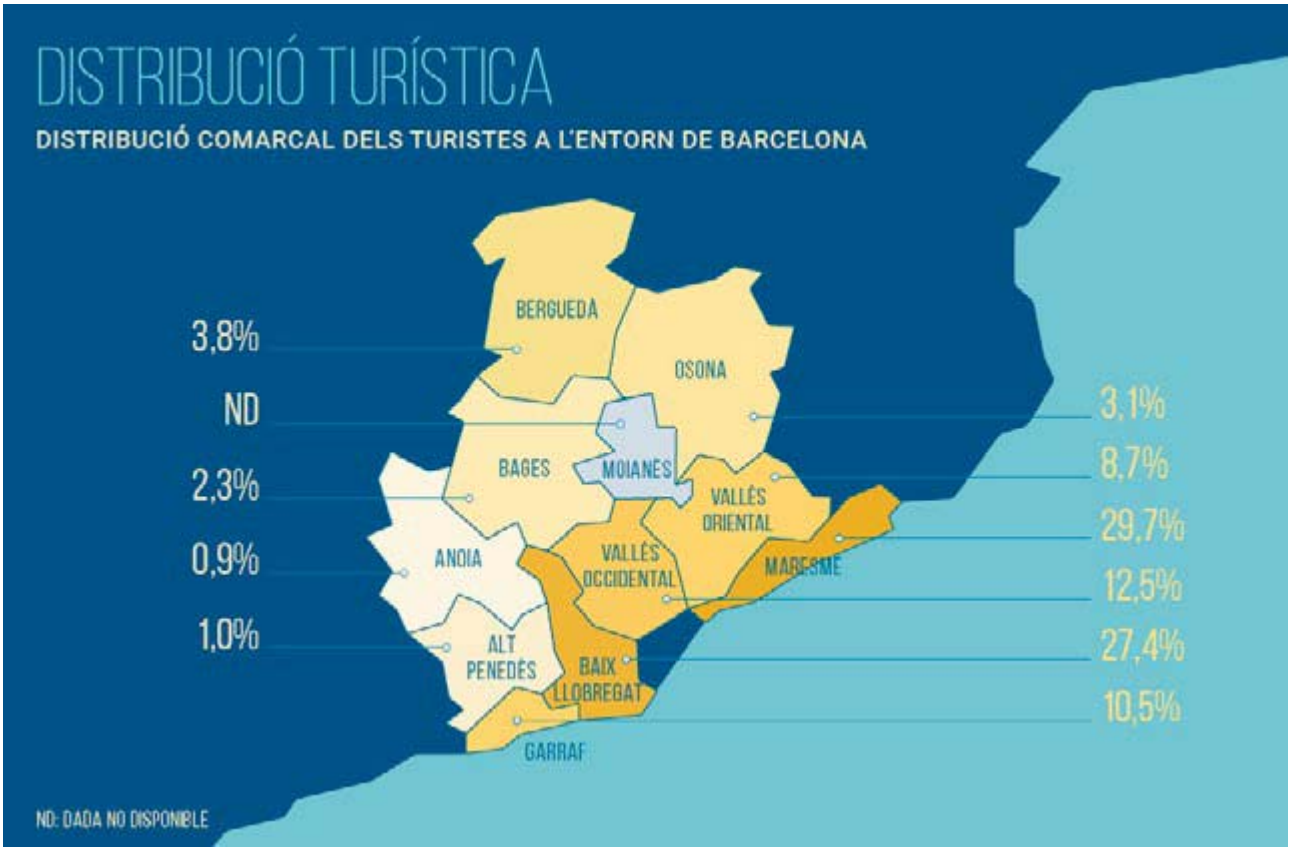


Fig. 26 Infografia turística DIBA

En base a aquestes dades genèriques, sí que podem inferir quin és el perfil de turista "de qualitat" desitjat per Olèrdola. Ateses les característiques del territori i els seus recursos, identifiquem dos perfils principals per adreçar-s'hi:

En el marc d'aquest "turisme de qualitat", el **turisme familiar** està cridat a ser un dels perfils visitants objecte de desig, "és tendència" i té una gran demanda. En una primera classificació: turisme familiar local, domèstic i internacional al qual ens podrem adreçar si conformem una destinació adequada. A més, accions recents com "Catalunya, Hola Família", organitzada per l'Agència Catalana de Turisme (ACT) amb el suport de la Diputació de Barcelona, han estat oferint més de 150 activitats per gaudir en família a les destinacions de costa i a les destinacions d'interior i muntanya. Aquest tipus d'iniciativa seria molt escaient a les oportunitats turístiques d'Olèrdola.

Altres perfils potencials serien els turistes d'interessos especials: afeccionats al vi, senderistes, ciclistes... El turisme d'interessos especials (TIE)[21], moltes vegades denominat *turisme especialitzat* està associat a diverses formes que encaixen en una nova òptica del turisme. El TIE conjuga diversos elements d'equipaments i instal·lacions d'infraestructura específiques, així com recursos i patrimoni local, com ara el vi i la gastronomia.

Aquestes tendències globals constitueixen notables oportunitats per al disseny de productes turístics, la renovació i innovació en la destinació, la incorporació d'elements de qualitat i la generació de valor afegit als

[21] *Turista d'Interessos Especials: "Entiendo el turismo de intereses especiales (TIE) como un tipo de turismo que vincula la oferta y la demanda en un lenguaje que invita a considerar una lectura distinta sobre las motivaciones del desplazamiento de los turistas, quienes solicitan nuevas propuestas de servicios turísticos capaces de dar cuenta sobre la identidad cultural y ambiental del destino elegido y que no solo valora un "servicio puntual" sino que pone nota a todo un entorno territorial, es decir, a un paisaje que muestre su historia(como paso del tiempo, costumbres, sus cambios), la geografía humana, la actividad social y económica de un país". (Myriam Hernandez 2003).*

serveis, així com la implementació d'estratègies de gestió i de màrqueting en tant que es compta amb una oferta de natura i cultura viva capaç de satisfer les exigències d'informació i les experiències especialitzades que busca el nou perfil del turista. D'aquesta manera, es poden incrementar els fluxos turístics i l'efecte multiplicador que són capaços de generar els TIE especialment en l'àmbit de l'enoturisme.

Per tal d'entomar-les les accions estratègiques, aquestes conclusions s'hauran d'orientar dins dels següents tres eixos:

En quant a oferta:

1. Liderar des de la corporació un gran projecte d'equipament, implementació i promoció a favor del castell d'Olèrdola.
2. Vincular-se als productes i projectes existents de les institucions presents oferint-los continguts de qualitat i coordinant-los amb l'oferta local, comunicar i transferir la filosofia d'actuació a la societat olerdolenca.
3. Un enfocament més local i col·lectiu, ja que s'adapta millor en una època de pressupostos i recursos limitats. Altrament dit, una **acupuntura turística**[22], petits projectes catalitzadors i articuladors turístics del territori. proposar una estratègia de petites actuacions amb capacitat transformadora.

En quant a demanda:

1. Adreçar la destinació al perfil del turista familiar, local, domèstic i internacional.
2. Sumar-se a l'esforç d'enoturisme Penedès per incorporar TIE i cultura del vi als productes que cal dissenyar i promoure en la destinació.

Una part fonamental del Pla és la identificació d'estratègies, línies de treball i la descripció d'actuacions que es recomana executar per assolir els objectius desitjats. Per això s'ha de descriure el contingut de cada actuació, identificar l'agent que se n'encarrega, els recursos necessaris i el moment de l'execució (vegeu capítol 3). La redacció d'aquest document requereix nombroses activitats de participació en què la població local (empresariat, associacions i col·lectius socials, veïns i corporació local) pugui participar i expressar la seva opinió sobre les actuacions que consideri prioritàries, i aconseguir la seva participació en l'execució d'aquestes.

[22] Concepte extret de l'arquitecte Jaime Lerner i la seva teoria d'intervenció basada en petits projectes amb capacitat transformadora. Actuacions ràpides de millora en punts concrets.

8. PLA D'ACCIÓ

Aquest punt recull les recomanacions operatives seqüencials dels passos que cal seguir a partir del treball presentat per a l'Ajuntament. Es tracta d'un document guia que recopila aquelles actuacions per desenvolupar a curt i mitjà-llarg termini amb potencial per generar benefici durable per a la societat local, afavorir la cura del seu patrimoni natural i cultural, i millorar la seva qualitat de vida.

Una estratègia turística consta de quatre programes estratègics bàsics:

1. Desenvolupament de producte turístic
2. Promoció i comercialització
3. Gestió turística
4. Millora de la qualitat de vida

Tenint en compte les característiques expressades en el cas d'Olèrdola, en el capítol de desenvolupament de producte, tenim un producte 'estrella' per la seva importància en el context turístic del municipi, el castell d'Olèrdola. En el capítol 2, ens cal canviar la promoció i comercialització per una estratègia més genèrica de comunicació. En el 3, es tractarà de trobar eines de coordinació i participació per a la gestió i, finalment, en el 4 identificarem accions per a la millora de la qualitat de vida dels ciutadans en base a projectes que tinguin efectes d'acupuntura turística.

Així doncs, els programes queden d'aquesta manera:

1. Desenvolupament del castell d'Olèrdola i de productes post-turístics: dissenyar i implementar el castell i nous productes turístics al voltant dels projectes municipals i supralocals ampliant els límits del terme municipal.
2. Comunicació: comunicar i no promocionar. Generar continguts de qualitat i acollir-se a les marques reconegudes existents i les polítiques de promoció endegades, i escollir-les en funció del públic al qual s'adreci. Aprofitar xarxes i noves tecnologies.
3. Gestió turística: definir un àmbit turístic municipal permanent. Donar suport als agents i establir sistemes de cooperació, participació i coordinació de manera que sigui possible definir estratègies conjuntes.
4. Millora de la qualitat de vida: adreçat a possibilitar pràctiques turístiques internes per als residents. Turisme com a vector d'inclusió social. Acupuntura turística com a catalitzadors socials d'efectes turístics. Millora i protecció del patrimoni i el medi.

Els programes, alhora, se subdivideixen en línies d'actuació i accions previstes. Aquestes últimes es detallen mitjançant fitxes en les quals s'ofereix una breu descripció d'aquestes, se citen els organismes implicats en la seva execució, s'indica una orientació al pressupost requerit per al seu finançament, així com el calendari d'execució i, finalment, s'estructuren segons el grau de prioritat de la seva mesura i envergadura.

1	PROGRAMA: Desenvolupament de producte turístic
	LÍNIA: Activació de recursos turístics
1.1	ACTUACIÓ: Pla Director OLÈRDOLA 2030

Descripció: Revisar i refer el Pla Director del conjunt d'Olèrdola per tal de disposar d'un projecte integral de desenvolupament.

Accions directes:

1.1.1 Encarregar el projecte.

1.1.2 Establir un acord entre el MAC el Parc i l'Ajuntament.

1.1.3 Iniciar un procés paral·lel de 'placemaking'[23].

Accions promocionals:

1.1.4 Campanya local per estimular el coneixement del conjunt monumental.

1.1.5 Potenciar la trobada anual d'Olèrdola i els esdeveniments existents.

1.1.6 Promoure l'espai per la celebració d'esdeveniments culturals i comercials.

1.1.7 Incorporar continguts de qualitat a les xarxes especialistes, com Wikiloc i d'altres.

Accions de futur:

1.1.8 Professionalitzar emprenedors locals com a guies.

1.1.9 Generar i distribuir continguts pedagògics pel coneixement del castell.

Accions de control, normalització i tematització:

1.1.10 Millorar la senyalètica interpretativa vial i urbana.

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, d'Urbanitzacions, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; MAC; Parc d'Olèrdola; enoturisme Penedès, Oficina Tècnica de Turisme de la DIBA; i associacions locals.

Aproximació pressupostària: 20.000 €

Calendari previst d'execució: 1 any

[23] *Procès participatiu per descubrir necessitats i aspiracions d'una comunitat vers un espai.*

1	PROGRAMA: Desenvolupament de producte turístic
	LÍNIA: Activació de recursos turístics
1.2	ACTUACIÓ: Programació Olèrdola

Descripció: Programació, organització i gestió d'activitats culturals, comercials i esportives i esdeveniments com poden ser congressos científics, cicles de xerrades, conferències, jornades de debat o cicles d'activitats com a nova eina de promoció i clau per a la construcció de marca i retorn econòmic.

Accions directes:

1.2.1 Establir el rol de la direcció de programació al càrrec de l'actuació.

Accions promocionals:

1.2.2 Campanya comercial comarcal per atreure esdeveniments.

Accions de futur:

1.2.3 Celebració anual de campanyes i esdeveniments.

Accions de control, normalització i tematització:

1.2.4 Millorar la senyalètica interpretativa vial i urbana.

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, d'Urbanitzacions, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; enoturisme Penedès.

Aproximació pressupostària: pendent de valoració o recurs humà adjudicat.

Calendari previst d'execució: 3 anys

1	PROGRAMA: Desenvolupament de producte turístic
	LÍNIA: Activació de recursos turístics
1.3	ACTUACIÓ: Incorporació de recursos a productes actuals: Sant Sepulcre, masies....

Descripció: activació del sistema patrimonial d'Olèrdola a efectes turístics posant en valor el patrimoni existent, vinculant-lo a productes existents.

Accions directes:

1.3.1 Seguiment i posta al dia de fitxes per cada element patrimonial.

Accions promocionals:

1.3.2 Comunicar i informar als decisors dels productes existents.

1.1.7 Incorporar continguts de qualitat a les xarxes especialistes, com Wikiloc i d'altres.

Accions de futur:

1.3.3 Activació definitiva del patrimoni.

Accions de control, normalització i tematització:

1.3.4 Localització de fets històrics, tradicionals i curiosos.

1.3.5 Normalització de rutes turístiques (cartelleria, senyalètica, colors i temàtica).

1.3.6 1.3.6 Wikipedra.

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme, Cultura, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; enoturisme Penedès.

Aproximació pressupostària: pendent de valoració o recurs humà adjudicat

Calendari previst d'execució: 4 anys

1	PROGRAMA: Desenvolupament de producte turístic
	LÍNIA: Creació de nova oferta turística
1.4	ACTUACIÓ: Itineraris 3 parcs

Descripció: potenciar els itineraris dels camins que connectin els tres parcs: Foix, Olèrdola i Garraf com a rutes senderistes.

Accions directes:

1.4.1 Donar suport a les associacions locals com a operador dels camins.

1.4.2 Establir acord entre els parcs i municipis afectats.

1.4.3 Millorar la senyalització i introduir elements d'interpretació al llarg dels recorreguts.

Accions promocionals:

1.4.4 Campanya local per estimular l'ús dels camins per als residents.

1.4.5 Caminada/bicicletada popular.

1.4.6 Editar guies i publicacions comunes.

1.4.7 Endegar un procés de comercialització amb agències especialistes.

1.1.7 Incorporar continguts de qualitat a les xarxes especialistes, com Wikiloc i d'altres.

Accions de futur:

1.4.8 Professionalitzar emprenedors locals com a guies senderistes.

Accions de control, normalització i tematització:

1.4.9 Millorar la senyalètica interpretativa.

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Urbanisme i Medi Natural; Parcs de la DIBA. Ajuntaments dels 14 municipis i associacions locals de cadascun.

Aproximació pressupostària: 7.000 €

Calendari previst d'execució: 2 anys

1	PROGRAMA: Desenvolupament de producte turístic
	LÍNIA: Creació de nova oferta turística
1.5	ACTUACIÓ: Àrea de servei i pernoctació per a autocaravanes

Descripció: disseny i emplaçament d'una àrea de servei i pernoctació per a autocaravanes. És un lloc designat amb el propòsit de passar una o dues nits, com a màxim, per als vehicles recreatius o autocaravanes.

Actualment s'està treballant en la creació d'una Xarxa d'Àrees de Pernocta d'Autocaravanes al Penedès. Disposarà de 12 àrees públiques junt amb les privades que s'ofereixen des d'alguns cellers. Aquesta àrea podria sumar-se al projecte

Accions directes:

1.5.1 Identificació d'emplaçaments.

1.5.2 Redacció del projecte.

1.5.3 Plec de compliment i normes.

Accions promocionals:

1.5.4 Incloure l'àrea a les webs específiques:

http://www.camper-map.com/es/

https://www.areasac.es/

Accions de futur:

1.5.5 Participació en el disseny d'itineraris europeus *motorhome*.

Accions de control, normalització i tematització:

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, d'Urbanitzacions, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; MAC; Parc d'Olèrdola; enoturisme Penedès, Oficina Tècnica de Turisme de la DIBA; i associacions motorhome.

Aproximació pressupostària: 4.000 € + 12.000 €

Calendari previst d'execució: 2 anys

1	PROGRAMA: Desenvolupament de producte turístic
	LÍNIA: Gestió i millora de productes existents.
1.6	ACTUACIÓ: Rutes patrimoni, passejades

Descripció: Gestió, millora o modificació de producte turístic propi per a un millor aprofitament:

- Rutes patrimoni Olèrdola
- Passejades Guiades (amb Parc)
- Rutes, recorreguts, itineraris locals (ruta del vi, de l'aigua, passejades entre nuclis o al voltant del castell, etc.)

Accions directes:

1.6.1 Revisar, millorar, donar-los relat turístic.

Accions promocionals:

1.6.2 canvi a les webs corresponents.

Accions de futur:

Accions de control, normalització i tematització:

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, d'Urbanitzacions, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; MAC; Parc d'Olèrdola; enoturisme Penedès, Oficina Tècnica de Turisme de la DIBA;

Aproximació pressupostària:

Calendari previst d'execució: 2 anys

2	**PROGRAMA: Comunicació**
	LÍNIA: Equipament informatiu i consciència social
2.1	**ACTUACIÓ: Pla de comunicació i participació xarxes**

Descripció: Desenvolupament del Pla de comunicació endegat.

Accions directes:

2.1.1 Finalització del pla de comunicació endegat.

2.1.2 Creació d'un equip d'identitat digital responsable d'incorporar continguts de qualitat a la xarxa:

- Continguts digitals/màrqueting digital.
- Relats: Mir Geribert, els cessetans, la frontera...

Accions promocionals:

2.1.3 Informació a les xarxes locals.

Accions de futur:

Accions de control, normalització i tematització:

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, d'Urbanitzacions, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; enoturisme Penedès.

Aproximació pressupostària: pendent de valoració o recurs humà adjudicat

Calendari previst d'execució: 1 any

2	**PROGRAMA: Comunicació**
	LÍNIA: Generació de xarxes
2.2	**ACTUACIÓ: Benchmarking i agermanament europeu**

Descripció: Coneixement d'altres indrets amb temàtiques turístiques semblants i generació de xarxes d'intercanvi.

Accions directes:

2.2.1 Encàrrec d'estudi de benchmarking.

2.2.2 Agermanament europeu i adscripció a xarxes de patrimoni històric i cultural.

Accions promocionals:

Accions de futur:

Accions de control, normalització i tematització:

Identificació d'agents implicats: Alcaldia, regidories de comerç i turisme; Festes, cultura i patrimoni; CEE; DIBA.

Aproximació pressupostària: 5.000 €

Calendari previst d'execució: 1 any

2	**PROGRAMA: Comunicació**
	LÍNIA: Publicacions
2.3	**ACTUACIÓ: Còmics i Mapa Turístic**

Descripció: Generació d'informació i relats d'Olèrdola. Literatura promocional de difusió: existeix literatura promocional de caire turístic o de difusió del patrimoni. Seria convenient re elaborar el plànol-guia orientat a aquestes finalitats, en el qual s'hi podrien incloure possibles itineraris.

Accions directes:

2.3.1 Difusió i distribució dels còmics actuals

2.3.2 Nou mapa turístic en paper i digital amb distribució als actors del territori.

Accions promocionals:

Accions de futur:

Accions de control, normalització i tematització:

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, d'Urbanitzacions, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; enoturisme Penedès.

Aproximació pressupostària: 4.500 €

Calendari previst d'execució: 1 any

2	PROGRAMA: Comunicació
	LÍNIA: Identitat digital
2.4	ACTUACIÓ: Continguts web municipal i agenda

Descripció: Posar al dia els continguts turístics i agenda de la web municipal.

Accions directes:

2.4.1 Manteniment i revisió de continguts web i agenda.

Accions promocionals:

Accions de futur:

Accions de control, normalització i tematització:

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, d'Urbanitzacions, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; enoturisme Penedès.

Aproximació pressupostària:

Calendari previst d'execució: 1 any

3	PROGRAMA: Gestió turística, coordinació i participació
	LÍNIA: Oficina gestora del Pla Estratègic
3.1	ACTUACIÓ: Comitè de coordinació turística

Descripció: creació d'un comitè, un lloc de trobada publico/privat amb un bon grup d'empresaris implicats per tal de conformar una directiva i un grup que lluiti per convertir Olèrdola en una destinació turística. Amb dedicació de personal de l'Ajuntament al seguiment i l'avaluació de l'execució del pla d'acció. Establir i mantenir una instància per aprofundir la col·laboració amb el sector privat i refermar la corresponsabilitat publicoprivada.

Accions directes:

3.1.1 Convocatòria i reunió d'inici amb explicació i consens sobre l'estratègia turística.

3.1.2 Col·laboració/implicació d'empreses.

Accions promocionals:

Accions de futur:

Accions de control, normalització i tematització:

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, d'Urbanitzacions, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; enoturisme Penedès; associacions comercials i turístiques.

Aproximació pressupostària: 0 €

Calendari previst d'execució: 3 mesos

3	PROGRAMA: Gestió turística, coordinació i participació
	LÍNIA: Adequació dels serveis
3.2	ACTUACIÓ: Adscripció Turisme Familiar

Descripció: Un municipi que vulgui adherir-se a un perfil de turisme familiar ha de tenir part de la seva oferta adaptada. Els principals recursos adaptats d'aquesta oferta són els següents[24]:

- Recursos principals del municipi (espais culturals i naturals)
- Allotjament (hotels, càmpings, cases rurals, pensions, apartaments...)
- Oferta de restauració
- Oferta complementària
- Punts d'Informació Turística
- Empreses d'interès turistico-cultural
- Altres (animació, espectacles infantils al carrer, zones d'esbarjo, jocs, parcs temàtics o aquàtics, rutes amb bicicleta, etc.)

Accions directes:

3.2.1 Comité municipal per l'adscripció a turisme familiar.

Accions promocionals:

Accions de futur:

Accions de control, normalització i tematització:

Identificació d'agents implicats:

Aproximació pressupostària: pendent de valoració o recurs humà adjudicat

Calendari previst d'execució: 2 anys

[24] *Del Segell de Turisme Familiar. Agència Catalana de Turisme.*

3	PROGRAMA: Gestió turística, coordinació i participació
	LÍNIA: Seguiment i continuitat
3.3	ACTUACIÓ: Full de ruta turístic

Descripció: creació d'un comitè de coordinació publico/privada i seguiment de l'estratègia a càrrec de la tècnica de Turisme.

Accions directes:

3.3.1 Convocatòria i reunió d'inici amb explicació i consens sobre l'estratègia turística.

3.3.2 Col·laboració/implicació d'empreses.

Accions promocionals:

Accions de futur:

Accions de control, normalització i tematització:

Identificació d'agents implicats: regidories d'Esports, Ensenyament, Patrimoni i Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, d'Urbanitzacions, Via Pública, Urbanisme i Medi Natural; enoturisme Penedès; associacions comercials i turístiques.

Aproximació pressupostària: 0 €

Calendari previst d'execució: 3 mesos

4	**PROGRAMA: Millora de la qualitat de vida**
	LÍNIA: Urbanisme i equipament
4.1	**ACTUACIÓ: Acupuntura turística i urbana.**

Descripció: Projectes d'acupuntura turística com a catalitzadors socials d'efectes turístics.

Accions directes:

4.1.1 Dissenys urbans de posta en valor dels elements d'interès patrimonial com la cooperativa de Moja o l'inserció de caves Hill en la trama urbana

4.1.2 Millora de l'accés de la via verda Vilafranca-Moja i punt verd i habilitar itineraris urbans d'interès turístic.

4.1.3 Peatonalització dels nuclis i pacificació del trànsit.

4.1.4 Estudi de mobilitat sostenible i intermodalitat, bus, vehicle privat, tren, bicicleta i la xarxa de camins, per millorar la qualitat i adaptar-ne els usos turístics. Afavorir la connexió territorial a peu o en bicicleta entre els diferents nuclis i les urbanitzacions.

4.1.5 Habilitació bike friendly de les zones urbanes d'Olèrdola. Promoció de l'ús de la bicicleta com a element d'ús quotidià i adaptacions urbanes per al seu ús.

4.1.6 Pla d'aparcaments dissuasius connectats (aparcament municipal).

Accions promocionals:

1.1.5 Campanya local per estimular l'ús dels camins per als residents.

1.1.6 Campanya comercial amb premis i descomptes per a qui va a comprar caminant o en bici (per exemple, tiquets de bici bescanviables en comptes de tiquets de pàrquing).

1.1.7 Caminada/bicicletada popular i/o infantil entre urbanitzacions.

1.1.8 Literatura promocional.

Accions de futur:

1.1.9 Celebració anual de campanyes i esdeveniments.

Accions de control, normalització i tematització:

1.1.11 Control de seguretat dels itineraris.

1.1.12 Localització de fets històrics, tradicionals i curiosos en diferents punts de la xarxa, per a la posterior adequació d'imatge, promoció i tematització.

1.1.13 Normalització de rutes turístiques (cartelleria, senyalètica, colors i temàtica).

Identificació d'agents implicats: Associacions de veïns; regidories d'Urbanisme, de Medi ambient, de Participació ciutadana, de Promoció econòmica, de comerç i turisme; associacions de comerciants; i associacions.

Aproximació pressupostària:
Projectes i Obra: a valorar segons inversió

Calendari previst d'execució: 4 anys

4	PROGRAMA: Millora de la qualitat de vida
	LÍNIA: Identitat social i serveis
4.2	ACTUACIÓ: Comerç de qualitat i proximitat

Descripció: millorar l'oferta comercial dels nuclis i vincular-los a l'agenda festiva i de cap de setmana per tal d'atraure residents i visitants a la vida comercial.

Accions directes:

4.2.1 Diagnòstic comercial d'Olèrdola.

4.2.2 Procés participatiu per impulsar l'activitat econòmica al municipi.

4.2.3 Incorporar el comerç a l'agenda d'esdeveniments dels nuclis amb apertura en caps de setmana, i mercats i fires específics tematitzats complementaris.

4.2.4 Fomentar la cooperació empresarial que impulsi la competitivitat i la consolidació del sector comerç vitivinícola.

4.2.5 Guia digital interactiva del comerç d'Olèrdola.

4.2.6 Trobades presencials de networking, cursos de formació o activitats de dinamització.

4.2.7 Participació de 'Comerç del Foix' en l'assessorament i l'acompanyament en els processos de dinamització comercial dels municipis.

Accions promocionals:

4.2.8 Campanya comercial amb premis i descomptes per la compra local.

4.2.9 Literatura promocional.

4.2.10 Divulgació de l'agenda d'esdeveniments i festes.

Accions de futur:

4.2.11 Celebració anual de campanyes i esdeveniments.

Accions de control, normalització i tematització:

4.2.12 Associació de comerciants.

4.2.13 Creació de la Taula del Comerç.

Identificació d'agents implicats: regidories de Turisme; Joventut i Habitatge, Cultura, Gent Gran i Promoció econòmica, Via Pública, Urbanisme i Associació de comerciants; Comerç del Foix.

Aproximació pressupostària:
Estudis: 5.000 €
Comunicació: 4.000 €

Calendari previst d'execució: 1 any

4	PROGRAMA: Millora de la qualitat de vida
	LÍNIA: Adequació legal i urbanística
4.3	ACTUACIÓ: Protecció patrimonial

Descripció: ampliar mesures de protecció del patrimoni: declaracions BCIL i millora de la protecció urbanística (catàleg, mesures de rehabilitació del casc antic, normatives i preservació del territori i parc).

Accions directes:

1.3.1 Revisió de l'inventari patrimonial i de paisatge.

Accions promocionals:

1.1.5 Campanya local per estimular l'ús del patrimoni.

Accions de futur:

4.3.1 Celebració anual de campanyes i esdeveniments.

1.3 Augmentar la vinculació amb els productes existents.

1.4 Altres possibles itineraris de patrimoni.

Accions de control, normalització i tematització:

4.3.2 Publicacions de recerca i difusió.

4.3.3 Recerca arqueològica.

4.3.4 Aliances amb universitats.

Identificació d'agents implicats: regidories de Turisme; Cultura i patrimoni; Urbanisme; Educació; Comunicació; Medi ambient i sostenibilitat; universitats; i escoles i instituts.

Aproximació pressupostària: pendent de valoració o recurs humà adjudicat

Calendari previst d'execució: 4 anys

9. PLA D'ACCIÓ

El pla d'accions identifica 4 programes, 11 línies i 14 actuacions amb 40 accions en total. Per tal d'adaptar-les a Olèrdola, partint de la realitat del municipi, del personal i del pressupost existent, així com dels terminis legislatius locals, proposem una definició de prioritats i unes pautes d'actuació de les accions proposades.

Es defineixen tres tipus de format d'actuació:

1. Projecte: Accions amb un termini fix d'inici i finalització i imprescindibles pel desenvolupament posterior de l'estratègia referida.

2. Programa: Referit a aquelles accions que han de ser continuades com a forma de gestió de l'estratègia turística i que poden ser fetes per personal adscrit al municipi, nova contractació o per encàrrec extern. Per aquesta raó la forquilla de cost és molt variable.

3. Inversió: Tot i que a la majoria d'aquestes accions també els cal projecte previ, son adscrites a capítols existents del pressupost municipal: Obres, Publicacions, etc...

Els cost és orientatiu i aproximat i, per tant, s'haurà de pressupostar adequadament prèviament al desenvolupament de cada acció.

Annex a l'informe, es lliura una base de dades excel per tal d'omplir els buits a mida que es gestioni cada acció.

		Format	Cost	Prioritat	Urgència	Impacte	ordre de prioritat
1. PROGRAMA DE DESENVOLUPAMENT DE PRODUCTE TURÍSTIC							
1.1	Plà Director Olèrdola 2030	Projecte	20.000,00 €	Alta	Mitja	Alt	2
1.2	Programació Olèrdola	Programa	0 - 15.000 €	Mitja	Mitja	Alt	3
1.3	Incorporació de recursos a productes existents	Programa	0- 9.000 €	Baixa	Baixa	Mitjà	5
1.4	Itineraris tres parcs	Projecte	7.000,00 €	Baixa	Baixa	Baix	6
1.5	Àrea de Serveis Autocaravanes	Inversió	16.000,00 €	Mitja	Mitja	Alt	3
1.6	Rutes patrimoni Olèrdola, Passejades guiades (amb Parc) i rutes, recorreguts i itineraris locals.	Programa	0- 9.000 €	Mitja	Mitja	Mitjà	3
2. PROGRAMA DE COMUNICACIÓ		**Programa**					
2.1	Pla de comunicació	Projecte	0- 9.000 €	Alta	Alta	Alt	1
2.2	Benchmarking i agermanament europeu	Projecte	5.000,00 €	Baixa	Mitja	Mitjà	4
2.3	Còmics i mapa turístic	Inversió	4.000,00 €	Alta	Mitja	Mitjà	3
2.4	Web Municipal	Programa	0- 9.000 €	Mitja	Mitja	Mitjà	3
3. PROGRAMA DE GESTIÓ TURÍSTICA, COORDINACIÓ I PARTICIPACIÓ							
3.1	Comité de coordinació turística	Programa	0,00 €	Alta	Alta	Mitjà	2
3.2	Adscripció a turisme familiar	Projecte	0- 5.000 €	Baixa	Baixa	Mitjà	5
3.3	Full de ruta turístic	Programa	0,00 €	Alta	Alta	Alta	1
4. PROGRAMA DE MILLORA DE LA QUALITAT DE VIDA		**Programa**					
4.1	Acupuntura urbana i turística	Inversió	a determinar	Mitja	Mitja	Alt	3
4.2	Comerç de qualitat	Projecte	9.000,00 €	Mitja	Baixa	Mitjà	4
4.3	Protecció patrimonial	Programa	0- 5.000 €	Mitja	Baixa	Mitjà	4

A CURT TERMINI: MAIG 2019/DESEMBRE 2019

1. Olèrdola 2030

Correspon al punt 1.1 i 1.2 del programa 1 (pàg 62 i 63) i pretén engegar el projecte del castell amb un Pla Director que esdevingui un catalitzador per a la vida turística d'Olèrdola.

2. Òrgan gestor del pla estratègic.

Correspon al punt 3.1 del programa 3 (pag 79) i consisteix a crear un comitè, un lloc de trobada publicoprivat amb un bon grup d'empresaris implicats per tal de conformar una directiva i un grup de seguiment de l'estratègia. Amb dedicació de personal de l'Ajuntament al seguiment i l'avaluació de l'execució del pla d'acció. Establir i mantenir una instància per aprofundir la col·laboració amb el sector privat i refermar la corresponsabilitat publicoprivada.

3. Comunicació, Màrqueting de continguts i etiquetatge de qualitat.

Assoliment del Pla de Comunicació i recollir i sistematitzar els continguts de qualitat que puguin ser susceptibles de difusió per les xarxes convenientment vinculades i etiquetades . Aquests continguts formaran part d'una base de dades gestionable des del punt d'informació turística. Tanmateix servirà per esbrinar les mancances de continguts o de qualitat dels mateixos i produir-los a l'efecte de la seva distribució.

4. Aliances i interlocució amb actors rellevants públics i privats, locals i supralocals.

També és una acció corresponent a diversos punts i consisteix a millorar i/o establir relacions amb municipis, consocis, associacions en el context de l'àmbit turístic, per la qual cosa es redactarà un llistat d'actors i una agenda de reunions i esdeveniments que quedarà a càrrec de la regidoria de Turisme.

A LLARG TERMINI (2019/2022)

1. Articulació turística de l'oferta comercial.

Correspon al punt 4.2 del programa 4 (pàg 72) i, tot i tangencialment turístic, millorar l'oferta comercial del nucli i vincular-la a l'agenda festiva i de cap de setmana per tal d'atraure residents i visitants a la vida comercial del casc.

Turisme i comerç es retroalimenten. Millorant el comerç de proximitat aconseguim un flux sostenible i proper per a la revitalització i el desenvolupament comercial a la zona urbana, complementada amb zones d'oci familiar, per aconseguir que es consolidi un centre urbà atractiu per a la ciutadania.

2. Acupuntura turística

Correspon a la segona fase dels punts 4.1 del programa 4 (pàg 77 i 78) i consisteix a desenvolupar projectes urbans catalitzadors d'efecte turístic.

10. ANNEX

El passat 28 de febrer es realitzà un taller de presentació del primer anàlisi de l'estratègia als actors privats i públics del municipi. Intervingueren l'Alcalde Lucas Ramírez, el regidor de Turisme Pere Sadurní, la tècnica de turisme Carla Coca, el tècnic de comunicació Raimon de Cara i el redactor d'aquest informe Rafael de Villasante.

Hi van assistir 25 persones de diversos àmbits.

A més de la presentació s'establiren dues dinàmiques de participació que esperonés el debat, definir Olèrdola en una paraula, els cinc llocs imprescindibles de visitar al municipi i, finalment, una conversa oberta sobre les oportunitats..

DINÀMICA 1: PRODUCTE. ELS 5 IMPRESCINDIBLES

Treball en grup, en acabar les vam posar en comú. Vam fer 6 grups

El resultats obtinguts van ser els següents:



Fig. 27

Cultural (18 --- 60%)

Castell d'Olèrdola: 5+1

Patrimoni **Masies** (Cal Sadurní+església+Aula Vinya i vi; Masia Fontallada; Masia Torreblanca (2), Sant Sepulcre): 5

Viladellops: 4

Ermita de Penyafel i font Mare de Déu: 1

Plaça església de Moja, St. Jaume de Moja: 2

Enogastronomia (4 -- 13,33%)

Gastronomia (dinar la posada; mitjans, posada, conill..): 2; +1 Aula vinya i vi; total 3

Entorn caves: 1

+1 Aula vinya i vi

Natura (8 -- 26.67%)

Els Pins de Moja, zona esportiva: 1

Parc Natural de la muntanyeta: 1

Miradors/paisatge (puig de l'Àliga, Mirador Papiol): 2

Hípica, rutes a cavall: 2

Senderisme i btt (bbt 1, senderisme 2): 3

Olèrdola, pels participants, té una oferta sobretot, **Cultural, de Natura i Enogastronòmica.**

Els recursos més destacats són:

el Conjunt Monumental d'Olèrdola, el patrimoni i masies, i el nucli de Viladellops.

En segon terme tenim

Enogastronomia, paisatge (vinya i miradors), rutes (a peu, bici i cavall).

DINÀMICA 2: COMUNICACIÓ. OLÈRDOLA ÉS... (1 PARAULA)

Primer una reflexió individual, en segon lloc es compartia en grup i finalment es les van posar en comú.



Fig. 28

Les paraules i "frases" que van sortir-ne van ser:

Bressol del Penedès

- Natura (3)
- Cultura
- Extens
- Bellessa
- Vinyes, Paisatge
- Història (3)
- Municipi dormitori amb serveis bàsics

Olèrdola, pels assistents és sobretot: **Història**, **Natura** i **Paisatge**.

DINÀMICA 3: OPORTUNITATS

Comentaris recollits:

- Que el castell/conjunt monumental es relacioni amb l'oferta.
- Tenim molt per fer.
- També hi ha molts turistes a BCN, els podem anar a buscar.
- En senderisme/natura tenim molt potencial.
- Falten coses senderisme... adreçat a nens i famílies.
- Només per la carretera ja tens inputs que acaben donant idees per tornar (cartells). Paren al castell perquè ho han vist a la carretera. No és problema d'aquí (Olèrdola) sol però és així.
- Que hi ha obert aquí un diumenge?
- Problema Bus Transport públic... en concret fins Jardí Ocells (muntanyeta).
- Sóc aficionat a la natura, tenim una oportunitat en avistament ocells (compartits amb parc Garraf, Foix, Olèrdola).
- Molt interessant, que fem aquest primer pas. S'han de saber canalitzar oportunitats, es planteja la possibilitat de crear una associació, començar-se a organitzar, no t'ho poden fer tot.
- Per complementar allotjament possible àrea autocaravanes S'han plantejant destinar part aparcament a Area AC Club Daltmar.
- Problema mancança informació també indicacions de com arribar a establiments.
- Informació moltes eines gratuites com google maps que moltes empreses no fan servir.
- Hi ha inquietud per treballar el turisme però tenim clar on estem? Ben comunicats en cotxe, en transport públic no. La ubicació del municipi a 15min. de la Platja i a 1h30 de la millor muntanya... però no hi ha imatge del que tenim, sembla que no tinguem res. Quan pensem en anar a buscar bolets pensem en berguedà... però aquí també se'n fan, ... falta oferta, què hem d'invertir...
- Analitzar bé els objectius, focalitzar a qui volem portar.
- Potenciar la gastronomia, falten coses, per ex. festes de referència gastronòmica.
- Diversificar la oferta del MAC.
- No hi ha cap esdeveniment destacat. Cal fer algun esdeveniment destacat que ens unís, amb continuitat, buscar quelcom que identifiqui.
- Els pobles no estan molt animats, no són molt bonics... cal veure la oferta que tenim i com dinamitzar-los.
- Organitzen la 1a fira de la primavera a Daltmar (CIE Olèrdola), artesania, tast cafè... convida a qui hi vulgui participar...
- Firamercat era molt interessant però es va perdre
- Olèrdola neix al Castell. Allà s'hi fa la Trobada d'Olèrdola, es considera oportú potenciar-la cara a l'entorn. És un esdeveniment agermanador.
- Llegenda/Comics. Tenim continguts i no els mostrem.

Buidat oportunitats:

Generals/infraestructura

- Tenim molt per fer
- Molt interessant, que fem aquest primer pas. S'han de saber canalitzar oportunitats, es planteja la possibilitat de crear una associació, començar-se a organitzar, no t'ho poden fer tot.
- Que hi ha obert aquí un diumenge?
- Els pobles no estan molt animats, no són molt bonics... cal veure la oferta que tenim i com dinamitzar-los
- Problema Bus Transport públic... en concret fins Jardí Ocells (muntanyeta)

Informació/comunicació

- Hi ha inquietud per treballar el turisme però tenim clar on estem? Ben comunicats en cotxe, en transport públic no. La ubicació del municipi a 15min. de la Platja i a 1h30 de la millor muntanya... però no hi ha imatge del que tenim, sembla que no tinguem res. Quan pensem en anar a buscar bolets pensem en berguedà... però aquí també se'n fan, ... falta oferta, què hem d'invertir...
- Problema mancança informació també indicacions de com arribar a establiments
- Informació moltes eines gratuites com google maps que moltes empreses no fan servir
- Només per la carretera ja tens inputs que acaben donant idees per tornar (cartells). Paren al castell perquè ho han vist a la carretera. No és problema d'aquí (Olèrdola) sol però és així.

Demanda

- Analitzar bé els objectius, focalitzar a qui volem portar
- També hi ha molts turistes a bcn els podem anar a buscar

Oferta

Cultura

- Que el castell / conjunt monumental es relacioni amb l'oferta
- Diversificar la oferta del MAC

Allotjaments

- Per complementar allotjament possible area ac
- S'han plantejant destinar part apartcament a Area AC Club Daltmar

Natura

- Sóc aficionat a la natura, tenim una oportunitat en avistament ocells (compartits amb parc Garraf, Foix, Olèrdola)
- En senderisme/natura tenim molt potencial
- Falten coses senderisme... adreçat a nens i famílies

Esdeveniments

- Potenciar la gastronomia, falten coses, per ex. festes de referència gastronòmica
- No hi ha cap esdeveniment destacat. Cal fer algun esdeveniment destacat que ens unís, amb continuïtat, buscar quelcom que identifiqui.
- Organitzen la 1a fira de la primavera a Daltmar (CIE Olèrdola), artesania, tast cafè... convida a qui hi vulgui participar...
- Firamercat era molt interessant però es va perdre
- Olèrdola neix al Castell. Allà s'hi fa la Trobada d'Olèrdola, es considera oportú potenciar-la cara a l'entorn. És un esdeveniment agermanador.

Continguts

- Llegenda/Comics. Tenim continguts i no els mostrem

AJUNTAMENT d'Olèrdola

Penedès Consorci de promoció turística

Sessió participativa. Pla de dinamització turística d'Olèrdola

Registre d'assistents

Data: 28 de febrer de 2019
Hora: 20h
Lloc: Local Nou de Moja, Olèrdola

EMPRESA o ENTITAT	Nom i cognoms	Signatura
DIPUTACIÓ BCN	QUERALT SERRA	
Museu d'Arqueologia Cat.	Núria MOLIST	
LA CARRETERA DEL VI	JOSEP BATET	
OLÈRDOLA MUSEU ARQUEOLÒGIC CAT.	XAVIER FERNÁNDEZ	
CIE Olèrdola	Isabel López	
El Jardí dels Oblits	M Dommings	
QUALITY BLENDS (CAFÈ)	ENRIC GARCIA SARRIÓN	
BAR AVINGUDA	PERE MITJANS	
CAVAS HILL S.L.	LOURDES MITJANS	
FORN J. RIUS	M. DOLORS RIUS	
AJUNTAMENT VILAF.	DOLORS RIUS	
PONT-TALLADA	ANTONI PALAZON AMAT	
TILIA DE	JOSEP ANTON PÉREZ	
CAL PERE PAU	IMMA MARRUGAT	
Cal Roig	Silvia Roig	
ASSOC. FOTO MOJA	IGNASI BLANCA	
L'ESCOLA I SOLIDEM	CARLOS CAYA	
MAIRO LA SENALTA	FCO CANSECO	
[illegible]	Balls populars	

AJUNTAMENT d'Olèrdola

Penedès Consorci de promoció turística

Joan Ravetllat	Restaurant La Posada	
Montse Mitjans	Empt t. Mitjans Botiga	

11. BIBLIOGRAFIA

- Serra, R. *Comarques i subcomarques de Catalunya: Alt Penedès i Garraf*. Edita l'autor. Mollerussa, 2005
- Moret, A. i Vilanova, O. *Les rutes de Mir Geribert*. Edicions i Propostes Culturals Andana, Vilafranca del Penedès 2009
- Ullate, I. i Vilanova, O. *Olèrdola. El llegat de Pere Clavé Bruna*. Edicions i Propostes Culturals Andana, Vilafranca del Penedès 2007
- *Els millors racons del Penedès*. Pòrtic Turisme. Barcelona 2010
- Torres Bernier, E. *Rutas culturales. Recurso, destino y producto turístico*. 2012.
- Martín Cerdeño, Víctor J. C*omercio y turismo. Dos caras de una misma moneda*. Universidad Complutense de Madrid, 2015.
- Antón Clavé, Salvador. *Identitat i turismo. Entre la imatge i la percepció*. Paradigmes. Oct. 2010.
- *Activitat turística de la Destinació Barcelona*. Infome anual de la demarcació de Barcelona 2017. Dades del 2016. LABturisme de la Diputació de Barcelona.
- *El inventariado de los recursos turísticos. Un enfoque desde la demanda*. Fundación EOI, Madrid 2015.
- *Cycle-friendly cities*. CIVITAS EU.
- *Aforament d'intensitats de transit.* DIBA.
- *El rebranding turístic*. Informes del LAB IIT. 1/2017. PCT.
- *Turismo de Intereses Especiales. Experiencias desde la investigación científica*. Universidad de La Frontera. Temuco. 2013
- *Gran Geografia Comarcal de Catalunya; El Penedès i l'Anoia*. Fundació Enciclopèdia Catalana. Barcelona 1984
- *Pla estratègic del turisme del vi i del cava de l'Alt Penedès 2006* © Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona Elaboració de continguts: Autor: Rainer Brusis Innova Management
- *PENEDÈS 360º Memòria Tècnica FEDER 2014-2020* – EIX 6 CONSELL COMARCAL DE L'ALT PENEDÈS Juny 2016
- *ELS 10 REPTES D' ENOTURISME PENEDÈS 2018*. Enoturisme Penedès
- *Catàleg de Productes de la terra i d'artesania alimentària*. Consell Comarcal de l'Alt Penedès
- *Memòria, mapa de patrimoni cultural*. Olèrdola. Oficina del Patrimoni Cultural. Octubre 2013
- *Estratègia Penedès 2015*. Fundació ProPenedès
- *Pla director supramunicipal de sostenibilitat de l'Alt Penedès*. Mancomunitat de municipis de l'Alt Penedès. 2005
- *Província de Barcelona Pla de màrqueting turístic Informe executiu*. 2012
- ENQUESTA FLAIX SETEMBRE 2018 (i resum de temporada d'estiu 2018) Indicador d'Ocupació turística en els allotjaments de l'entorn de Barcelona

- *Perfil i hàbits dels turistes a l'Entorn de Barcelona 2017 Informe de resultats*. Observatori del Turisme a Barcelona: ciutat i regió.
- Philippe Bourdeau, *« Una revisió del post-turisme », Via [En ligne], 13 | 2018, mis en ligne le 01 septembre 2018, consulté le 01 avril 2019*. URL : http://journals.openedition.org/viatourism/2003 ; DOI : 10.4000/viatourism.2003
- *Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya Enquesta de participació cultural a Catalunya 2017*. EPCC–2017 Resultats relatius a les pràctiques culturals dels catalans: museus i altres centres expositius Girona, juny de 2018
- *Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya Recompte de visitants dels equipaments patrimonials de Catalunya 2017 Versió 1.0* agost de 2018
- *Estadístiques culturals de Catalunya 2018*. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. Novembre 2018.
- *Museus 2030*. Pla de Museus. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.
- *Memòria MAC* 2017.
- *Pla Director del Museu d'Arqueologia de Catalunya-Olèrdola. Setembre 1998*. Lloveres&Soler, Arquitectes, J. Germain, geògraf.
- *CARTA EUROPEA DE TURISME SOSTENIBLE* Memòria 2017-2018 Als Parcs del Garraf, Olèrdola i Foix Europarc, Xarxa de Parcs Naturals DIBA FEBRER 2019
- *Perfil i hàbits dels turistes a l'Entorn de Barcelona 2017*. Observatori del Turisme a Barcelona, Ciutat i Regió.
- *Activitat turística de la destinació Barcelona*. Informe anual de la demarcació Barcelona 2017. Dades 2016. LABTurisme de la Diputació de Barcelona.
- *ENQUESTA FLAIX SETEMBRE 2018* (i resum de temporada d'estiu 2018) Indicador d'Ocupació turística en els allotjaments de l'entorn de Barcelona
- *Pla Estratègic de Turisme de Catalunya* 2013-2016
- *Pla Estratègic de Turisme de Catalunya* 2018-2022
- *Pla de màrqueting turístic de Catalunya* 2018-2022
- *Directrius nacionals de turisme* 2020