

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DE L'ELABORACIÓ D'UN PLA DE MÀRQUETING DE TURISME SOSTENIBLE EN ESPAIS NATURALS GESTIONATS PER LA GERÈNCIA DE SERVEIS DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA FINANÇAT PER LA UNIÓ EUROPEA MITJANÇANT ELS FONS NEXT GENERATION EN EL MARC DEL PLA DE RECUPERACIÓ, TRANSFORMACIÓ I RESILIÈNCIA

Exp. 2023/0041790

1. ANTECEDENTS I OBJECTE DEL CONTRACTE

La Diputació de Barcelona, en exercici de les competències que li reconeixen els articles 36.1 de la Llei 7/85, Reguladora de les Bases de Règim Local i 91.2 del Text Refós de la Llei Municipal i de Règim Local de Catalunya, aprovat pel Decret Legislatiu 2/2003, de 28 d'abril, presta assistència i cooperació jurídica, econòmica i tècnica als municipis del seu àmbit territorial perquè puguin desenvolupar les competències locals.

La Diputació de Barcelona, a través de la Gerència de Serveis de Turisme, pretén impulsar el turisme sostenible i responsable de la província, mitjançant el suport a les polítiques municipals i altres entitats territorials per a la millora de la gestió turística local i comarcal i la promoció de la destinació Barcelona, amb les marques turístiques oficials (Barcelona, Costa Barcelona, Paisatges Barcelona i Pirineus Barcelona) en els àmbits nacional i internacional sobre la base de l'Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona i la dinamització del sector turístic (privat i públic) de la província per tal de millorar-ne l'oferta turística. Aquests objectius són plenament coincidents amb el model de turisme sostenible que la Gerència d'Espais Naturals duu a terme en els espais protegits que són sota la seva cogestió i, molt especialment, en els parcs que disposen, o estan en tràmit de disposar, de la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS, d'ara en endavant).

La Gerència de Serveis de Turisme té com objectius principals el suport a les polítiques de municipis i altres entitats territorials així com la promoció i creació de productes turístics. Per la seva banda, la Gerència de Serveis d'Espais Naturals, té per missió principal la conservació dels espais naturals protegits de la província d'acord amb criteris de sostenibilitat socioeconòmica i de divulgació i ús sostenible d'aquests espais, tant pel que fa a l'ús públic de la població resident i visitant.

En l'àmbit del turisme, es vol consolidar la política pròpia de la Diputació de Barcelona en aquesta matèria, així com les seves principals línies d'activitat, que passen per l'impuls d'un turisme sostenible i responsable, el suport de la gestió turística local i comarcal, la promoció de la destinació Barcelona, amb les marques turístiques oficials (Barcelona, Costa Barcelona, Paisatges Barcelona i Pirineus Barcelona) en els àmbits nacional i internacional sobre la base de l'Estratègia de Màrqueting Turístic de la Destinació Barcelona i la dinamització del sector turístic (privat i públic) de la província per tal de millorar-ne l'oferta turística. També la Gerència de Serveis d'Espais Naturals porta a terme programes de divulgació i promoció socioeconòmica i cultural que són coincidents amb un turisme sostenible i de qualitat: Parc a taula, Viu el parc o Passejades guiades, entre altres.

El subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona" ha estat subvencionat en el marc de la convocatòria extraordinària 2022 dels Plans de Sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD), per a ens locals aprovada per la Conferència Sectorial de Turisme de data 29 de març de 2022, que s'instrumenta a través la submesura 2, de la inversió número 1 del component número 14 del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR) finançada per la Unió Europea a través dels Fons Next Generation.

En aquest marc, i d'acord amb la terminologia emprada en el PRTR, el subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona" és considerat a tots els efectes un subprojecte que no només duu associada la transferència dels recursos econòmics corresponents, sinó també el compromís de compliment de les Fites i Objectius que li són d'aplicació.

D'acord amb la Resolució de 29 de desembre de 2023, de la Secretaria de Estat de Turisme, per la qual es publica l'acord de la Conferència Sectorial de Turisme de 14 de desembre de 2022, modificat per Acord de 29 de desembre de 2023, pel qual es fixen els criteris de distribució així com el repartiment resultant per a les comunitats autònomes, del crèdit destinat al finançament d'actuacions d'inversió per part d'entitats locals en el marc del Component 14 Inversió 1 del PRTR, publicat al BOE el 30 de gener de 2024, de cara al quart trimestre de 2024 el present subprojecte ha de contribuir, al seu nivell, al compliment de la Fita CID 220 "Finalització dels Plans de Sostenibilitat Turística en Destinació" pel qual "Les Comissions de Seguiment" s'asseguraran que totes les destinacions beneficiàries aconseguixin com a mínim els següents percentatges d'execució de cada Pla de Sostenibilitat Turística:

- Execució del 50% en el cas de les destinacions adjudicades el 2021;

- Execució del 30% en el cas de les destinacions adjudicades el 2022;
- Execució del 15% en el cas de les destinacions adjudicades el 2023.

Cal tenir en compte que el valor objectiu global establert s'assolirà a través del compliment parcial del conjunt de subprojectes que formen part de la present convocatòria de subvenció.

El mecanisme de verificació de l'objectiu 220 indica que s'haurà de realitzar un document resum que justifiqui degudament com s'ha assolit la fita (incloent els elements rellevants de la fita, tal com s'enumeren en la descripció de la fita i de la mesura corresponent a l'annex del CID).

Aquest document ha d'incloure com a annex les següents evidències documentals: a) llista de projectes adjudicats i beneficiaris i b) informe de progrés per a cada projecte, incloent el seu nivell de finalització (en %).

Igualment, de cara al segon trimestre de 2026, el present subprojecte també ha de donar compliment a la Fita CID 221 "Finalització dels projectes de promoció de la sostenibilitat turística en destinacions" pel qual s'estableix la descripció següent: "Finalització de tots els projectes inclosos als «Plans Territorials de Sostenibilitat Turística en Destinacions» i adjudicats d'acord amb els objectius 217, 218 i 219, el 35 % dels fons dels quals es destinaran a finançar mesures que aborden la transició verda, la sostenibilitat i l'eficiència energètica/electromobilitat a les destinacions, de conformitat amb la Guia tècnica sobre l'aplicació de principi de «no causar un perjudici significatiu» al medi ambient (DNSH en les seves sigles en anglès) (DOGC 58 de 18.2.2021, p.1) mitjançant l'ús d'una llista d'exclusions i el requisit de compliment de la legislació mediambiental pertinent de la UE i nacional". Cal tenir en compte que el valor objectiu global establert s'assolirà a través del compliment parcial del conjunt de subprojectes que formen part de la present convocatòria de subvenció.

El mecanisme de verificació de l'objectiu CID 221 indica que s'haurà de realitzar un document resum degudament justificant com s'ha assolit la fita (incloent els elements rellevants de la fita, segons s'indiquen en la descripció de la fita i de la mesura corresponent en l'annex CID).

Aquest document haurà d'incloure com a annex les següents proves documentals i elements: Una llista dels projectes indicant per a cadascun dels projectes: a) el nom, la ubicació i una breu descripció; i b) l'acta de finalització de les obres., en cas que l'actuació realitzada ho requereixi.

Així mateix, el present Subprojecte quedarà supeditat a l'establiment d'aquelles fites i objectius de gestió no crític que hauran de permetre gestionar l'incompliment de les 2 Fites CID anteriorment mencionades.

D'acord amb l'Ordre HFP/1030/2021 i amb les Instruccions de sol·licitud, acceptació i gestió de la Diputació de Barcelona, aprovades per Decret Núm. 6985 el dia 9 de juny de 2022, la fita de gestió no crítica d'aplicació al present contracte, corresponent a l'actuació 8 del subprojecte, és la següent:

Nombre de plans de màrqueting turístic:1	31/12/2025
--	------------

En matèria d'etiquetatge verd, el present subprojecte contribueix en un 40% a l'objectiu climàtic i un 100% a l'objectiu mediambiental.

L'atorgament de la subvenció amb càrrec als fons del PRTR i la normativa que regula la seva justificació es troba a l'expedient número 2022/0011549.

En execució de l'Acord de la Conferència Sectorial de Turisme publicat mitjançant resolució de 19 de desembre de 2022, (BOE 310 de 27 de desembre de 2022) de la Secretaria de Estado de Turismo, per la qual es publica el Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo de 14 de diciembre de 2022, por el que se fijan los criterios de distribución, y el reparto resultante para las comunidades autónomas, del crédito destinado a la financiación de actuaciones de inversión por parte de entidades locales en el marco del Componente 14 Inversión 1 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia s'ha atorgat al subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona" un ajut de DOS MILIONS D'EUROS (2.000.000,00 €).

En data 13 de maig de 2023 la Diputació de Barcelona ha acceptat la subvenció mitjançant decret número 6367 de data 13/05/2023.

La Generalitat de Catalunya, en data 22 de juny de 2023, a través del Departament d'Empresa i Treball ha dictat una resolució mitjançant la qual resol la concessió i el pagament a la Diputació de Barcelona d'una subvenció de 2.000.000,00 d'euros, com a beneficiària de la convocatòria extraordinària 2022 del programa Plans de sostenibilitat turística en destinacions i s'inclou el seu subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme

Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona” al PSTD-22. L'expedient de referència d'aquesta subvenció és el SED 150/22/000001.

El termini d'execució, d'acord amb el punt tercer de la resolució, computa a partir del 9 de maig de 2023 i té una durada de tres anys, fins al 31 de març del 2026. No obstant, s'accepten les actuacions subvencionables iniciades a partir de l'1 de gener de 2023 que no estiguin finalitzades i s'hagin tramitat d'acord amb el que estableix la normativa Next Generation.

En data 27 d'octubre de 2023, per decret núm. 13250, la Diputació de Barcelona ha pres coneixement de la resolució dictada per la Generalitat de Catalunya, a través del Departament d'Empresa i Treball.

Complementàriament a aquests antecedents i marc estratègic de referència, cal destacar que el subprojecte “PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona” pretén com a principal objectiu establir les bases, estimular i gestionar els elements clau per a assegurar el desenvolupament d'un model turístic sostenible en els espais naturals de la província de Barcelona que gestiona la Diputació o els ens de gestió participats per aquesta a partir de l'assumpció dels temes clau abordats en la metodologia de certificació “Carta Europea de Turisme Sostenible en Espais Protegits”.

S'estructura i ordena la implantació de mesures concretes en espais protegits i àrea d'influència socioeconòmica per a superar els obstacles que actualment frenen la implantació real d'un model turístic sostenible: gestió de capacitat de càrrega en espais naturals fràgils, mobilitat, modulació de l'oferta turística per a adaptar-se a l'impuls de l'ecoturisme, entès com la promoció del valor natural de l'entorn i de les cultures tradicionals de les zones naturals fent compatible el gaudi de la natura amb l'equilibri del mediambient, digitalització de la informació del sector turístic públic i privat. El projecte impulsa un model d'ecoturisme responsable mediambientalment, inclusiu socialment, sostenible econòmicament que conjumina esforços per a captar un turista i un visitant responsable i que genera un efecte tractor sostenible en l'economia local dels espais naturals.

El pla d'acció proposat pretén donar resposta als objectius específics següents:

1. Conservació dels ecosistemes mitjançant la seva restauració ecològica quan sigui necessària, i revertir la pèrdua de biodiversitat, garantint un ús sostenible dels recursos naturals i la seva preservació. A més, es plantegen accions per a

l'adaptació dels espais naturals al canvi climàtic i així reduir els efectes derivats d'aquesta amenaça.

2. Millora de l'eficiència energètica en edificis: mitjançant la reducció d'emissions de CO₂ en les edificacions i infraestructures d'ús turístic, mitjançant actuacions de millora i renovació d'acabats, serveis o l'impuls d'energies renovables.
3. Implicació dels diferents agents, públics i privats, de manera efectiva, en l'assoliment d'un model turístic sostenible mitjançant les metodologies CETS.
4. Ús d'eines de planificació: plans d'accessibilitat, estudis de capacitat d'acolliment i plans de mobilitat sostenible en aquells espais seleccionats com a prioritaris, que serveixin com a diagnòstic per a la presa de decisions en les actuacions.
5. Desenvolupament d'un sistema d'informació i intel·ligència turística per a la recollida i anàlisi de dades en temps real del sector turístic als espais naturals.
6. Adequació d'aparcaments per al control d'aforaments en els espais naturals, així com implantació de sensòrica en aparcaments per a conèixer en temps real els fluxos i poder prendre decisions proactives.

El subprojecte “PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona” s'estructura en 9 actuacions que es distribueixen en els quatre eixos de l'Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destinació:

– **Eix 1. Transició verda i sostenible:**

Actuacions: Millora de l'aprofitament turístic sostenible en espais naturals i adaptació al canvi climàtic dels espais naturals, amb l'objectiu de millorar la gestió dels fluxos de visitants i els impactes en el medi natural, incloent els efectes del canvi climàtic.

– **Eix 2. Millora de l'eficiència energètica:**

Actuacions: Mobilitat en espais naturals i transformació dels equipaments públics cap a la millora de l'eficiència energètica.

– **Eix 3. Transició digital**

Actuacions: Sensòrica per al control d'afluència turística i sistema de gestió d'afluència i implementació d'eines d'intel·ligència turística per al seguiment i

l'avaluació de les dades amb la finalitat de millorar l'obtenció de dades, el seu seguiment i avaluació.

– **Eix 4. Competitivitat**

Actuacions: Millora de l'accessibilitat en els espais naturals, campanyes de promoció i gestió i assistència tècnica del Pla.

Així mateix, el pla d'acció proposat en aquest PSTD compleix els mínims d'inversió establerts en l'Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destí per a les Etiquetes Climàtiques 035 i 050 de l'àmbit de la Transició Verda i Sostenible i 073 d'Eficiència Energètica de la Comissió Europea.

El subprojecte, en el seu conjunt, serà gestionat des de la Gerència de Serveis de Turisme de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic i Turisme i la Gerència d'Espais Naturals de l'Àrea d'Espais Naturals i Infraestructura Verda i s'executarà en els **6 parcs de la província de Barcelona gestionats per la Diputació i acreditats amb la Carta Europea de Turisme Sostenible** o en vies d'adherir-s'hi (Parc Natural del Montseny, Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac, Parc del Garraf, Parc d'Olèrdola, Parc del Foix i Parc de la Serralada Litoral).

La Gerència de Serveis de Turisme és la responsable de desenvolupar, entre d'altres, les accions recollides a l'actuació 8 i, en concret, aquesta actuació pretén transmetre als agents del territori els valors de conservació dels espais naturals, tant a agents coneixedors d'aquests valors -personal tècnic d'espais protegits, equips tècnics locals, personal d'atenció al visitant, etc.- com a agents que poden ajudar a transmetre'ls i/o els poden utilitzar com a element que aporti valor a la seva activitat, especialment la turística - empreses de guies, establiments turístics situats en els espais protegits i zones immediates, etc. en el marc dels 6 parcs on s'executen les actuacions del subprojecte.

Aquesta actuació comporta dues tasques:

- 1) La primera es basa en l'elaboració d'un **Pla de Màrqueting de Turisme Sostenible en Espais Naturals** amb la finalitat d'ordenar i establir l'estratègia de comunicació del territori en relació amb el patrimoni natural i cultural que acull, i en coordinació amb les estratègies definides en el Pla de Màrqueting turístic de les comarques i de la Destinació Barcelona de Diputació de Barcelona. Per a optimitzar la utilitat d'aquest pla, és essencial partir de la situació actual de la destinació en general i de cada parc en particular, analitzant les accions que fins

al moment s'han dut a terme en termes comunicatius i les eines digitals de les quals disposa (web, xarxes socials, butlletins, etc.). Partint d'aquesta situació, s'han d'establir una sèrie d'objectius, línies estratègiques, actuacions a realitzar durant el període d'execució del subprojecte i indicadors a través dels quals realitzar un seguiment de l'eficàcia de les diferents campanyes i accions desenvolupades.

Amb aquest Pla no es pretén atraure nous visitants sinó diversificar la seva arribada durant tot l'any i impulsar la comunicació dels valors dels espais naturals i l'accessibilitat, entre altres. L'objectiu és construir el relat que permeti buscar l'equilibri entre la conservació dels espais naturals, la **posada en valor del patrimoni natural i cultural i l'impuls d'un model de turisme sostenible que contribueixi a la desestacionalització, descongestió i descentralització** dels fluxos turístics i impacti positivament en el desenvolupament de tot el territori (implicant sector privat, entitats, ajuntaments de l'entorn, etc.).

2. La segona tasca aborda la implementació d'una part de les accions plantejades en el Pla de Màrqueting per contribuir a una **millora de la comunicació**. Així doncs, es promourà la potenciació del producte local i la intensificació de les activitats de promoció ordinàries de la Diputació de Barcelona (Carta Europea de Turisme Sostenible, Parc a taula, Xarxa de Productes de la Terra, Viu el parc, Passejades guiades, Parcs en concert, etc.) perquè tinguin un apartat de promoció específica del turisme sostenible en espais naturals.

Necessitat de la destinació o dels productes que justifica l'actuació:

La transmissió de la informació entre els diferents agents dels espais naturals protegits, siguin públics o privats, és essencial per a la generació d'activitat, l'ordenació i el correcte ús dels espais i la conservació del medi natural i de la biodiversitat. Aquesta informació també és clau per als visitants, tant pel que fa a qüestions de logística (accessos, regulació, etc.) com experiencials, que confereixen un valor a les pròpies activitats turístiques, com, per exemple, informació sobre l'oferta gastronòmica, d'oci, etc.

Els espais naturals gestionats per la Gerència de Servei d'Espais Naturals amb el suport del món municipal es gestionen de forma conjunta i transversal, i disposen cadascun de plans d'ús públic i educació ambiental (alguns, en revisió), plans d'itineraris, plans de senyalització, plans de comunicació, plans de seguretat, plans de conservació (en alguns parcs), etc, que confereix al conjunt un sentiment de pertinença a una xarxa, la Xarxa de Parcs Naturals. Amb tot, és ben cert que les singularitats geològiques, de flora,

fauna, paisatgístiques i patrimonials de cada espai els confereix una especificitat pròpia que els fa distints, uns dels altres. El model de gestió, però, és per a tots igual. I especialment en el que es refereix a l'ús públic. Amb tot, el contracte pot incidir en la millora de polir disfuncionalitats i a crear una estratègia comunicativa conjunta de destinació i homogeneïtzació de l'oferta i producte, alhora que es ressaltin les característiques de cada espai per a aconseguir el seu propi posicionament.

En aquest sentit, esdevé l'objecte del contracte l'elaboració d'un Pla de màrqueting i la implementació d'un mínim de **5 actuacions** en el marc del subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona" amb la finalitat de clarificar i adequar l'estratègia de comunicació del territori en relació amb el patrimoni natural i cultural que acull i en coordinació amb les estratègies definides en el Pla de Màrqueting turístic de les comarques i de la Destinació Barcelona de la Diputació de Barcelona.

2. DESCRIPCIÓ DE LES TASQUES A REALITZAR

Per al correcte desenvolupament de les prestacions objecte del contracte caldrà que l'empresa dugui a terme el conjunt de tasques que es relacionen en aquest apartat. Així mateix, per a l'execució del contracte caldrà prendre en consideració el Pla de Màrqueting Turístic de les comarques i de la Destinació Barcelona de la Diputació de Barcelona i el reglament regulador del Mecanisme de Recuperació i Resiliència i tots els instruments jurídics dictats o que es dictin pel desenvolupament dels PSTD.

Els punts 2.1. i 2.2. que es detallen a continuació es corresponen amb les accions establertes per a l'Actuació 8 "Campanyes de promoció" especificada a l'Annex I del Projecte aprovat per la resolució de concessió de 22 de juny de 2023 de la Generalitat de Catalunya, Departament d'Empresa, aprovat en el decret d'acceptació de la subvenció (Decret núm. 6367 de data 13/05/2023):

2.1. Elaboració d'un Pla de Màrqueting de Turisme Sostenible en Espais Naturals del subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona"

2.2. Implementació d'accions del Pla de Màrqueting de Turisme Sostenible en Espais Naturals del subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona"

2.1. Elaboració d'un Pla de Màrqueting de Turisme Sostenible en Espais Naturals del subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona"

L'objectiu del Pla és construir un relat comú als 6 espais naturals que formen part del subprojecte, tots ells adherits a la Carta Europea de Turisme Sostenible o en vies de fer-ho, que permeti buscar l'equilibri entre la conservació dels espais naturals, la posada en valor del patrimoni natural i cultural i l'impuls d'un model de turisme sostenible que contribueixi a la desestacionalització, descongestió i descentralització dels fluxos turístics i impacti positivament en el desenvolupament de tot el territori (implicant sector privat, entitats, ajuntaments de l'entorn, etc.). Aquesta estratègia de promoció i comunicació s'haurà d'emmarcar dins del Pla de Màrqueting Turístic de les comarques i de la Destinació Barcelona de la Diputació de Barcelona i del Manual de marca d'Espais Naturals, així com tenir en consideració el Pla de Comunicació de la Xarxa de Parcs Naturals, el Pla de màrqueting de turisme de la Diputació de Barcelona, l'estudi de Turisme de Benestar de les comarques de Barcelona, altres possibles estudis sobre Salut, Natura i Benestar de la Diputació de Barcelona, i tota aquella normativa de referència a la gestió i ús públic d'aquests espais naturals (que s'adjunten com a annex). Aquesta estratègia de promoció ha de treballar per desenvolupar un model de sostenibilitat que tingui en compte les tendències actuals de la natura com a factor generador de salut i benestar, l'orientació de l'oferta a l'ecoturisme i el mercat de proximitat, afavorint la inclusió dels espais naturals.

El contracte engloba el treball d'anàlisi i definició d'estratègies a tenir en compte per a optimitzar la utilitat d'aquest Pla partint de la situació actual de la destinació, en general, i de cada parc en particular, analitzant les accions que fins el moment s'han dut a terme pel que fa a la part de comunicació i les eines digitals de les que disposa (web, xarxes socials, butlletins, etc.). Partint d'aquesta situació, caldrà establir un seguit d'**objectius, línies estratègiques, actuacions** a desenvolupar durant el període d'execució del projecte i indicadors a través dels quals es pugui realitzar un seguiment de la eficàcia de les diferents campanyes i accions desenvolupades.

Amb aquest Pla no es pretén atraure nous visitants sinó diversificar la seva arribada durant tot l'any i impulsar la comunicació dels valors dels espais naturals i l'accessibilitat, entre altres, sobre la base d'un model de turisme sostenible respectuós amb el medi, que implica els diferents actors del territori i contribueix al desenvolupament d'un turisme sostenible i responsable mediambientalment, inclusiu socialment i sostenible econòmicament.

2.2. Implementació d'accions del Pla de Màrqueting de Turisme Sostenible en Espais Naturals del subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona"

Sobre la base del Pla de màrqueting, el contracte inclou la implementació d'un mínim de 5 accions de promoció i màrqueting, prèviament acordades amb la Gerència de Serveis de Turisme i la Gerència de Serveis d'Espais Naturals, prioritzant l'entorn digital, tot i que es valora l'execució d'accions no digitals. La concreció de les actuacions es detalla en la Fase 3: Execució d'accions del Pla de Màrqueting.

2.3 Desenvolupament temporal

El procés de treball es desenvoluparà en 3 fases:

- 1a Fase: Estudi previ
- 2a Fase: Pla de Màrqueting
- 3a Fase: Execució accions del Pla de Màrqueting

Fase 1: Estudi previ

L'empresa contractista haurà de lliurar 2 documents en una primera fase, en un màxim de 2 mesos des de la formalització del contracte.

El **primer document "Estudi previ"** ha de contenir, com a mínim:

- **Anàlisi del projecte** "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona" (en la seva totalitat) des de la perspectiva de màrqueting turístic, creació del DAFO, detecció de públics objectius, mercats potencials, indicadors d'oferta i demanda, tipologies de producte i canals de comercialització.
- **Estudi de *benchmark*** de projectes similars com a mínim amb un cas d'àmbit nacional i tres casos d'àmbit internacional, presentant el tipus de producte, estratègia de màrqueting i comunicació, elements de gestió de màrqueting i comercialització i bones pràctiques i exemples de campanyes. L'estudi haurà d'identificar els punts forts i les oportunitats de millora d'acord amb l'anàlisi dels diferents casos, centrats en el màrqueting i la comunicació d'espais naturals des d'un model de turisme sostenible.
- **Estudi de públics. Recomanació dels productes a desenvolupar en base als públics objectius.** Generació de l'estratègia de producte, proposta de gestió

i comercialització i definició del client objectiu per a cada producte. Estudi dels *buyers persona*.

- **Creació de relat conjunt i definició d'una estratègia de convivència de les marques ja existents (Barcelona és molt més, Carta Europea de Turisme Sostenible, Xarxa de Parcs Naturals, Reserva de la Biosfera del Montseny).** Anàlisi de les marques existents, definició d'una estratègia de convivència de marques institucionals, públiques i privades, i creació de relat conjunt per a la promoció dels espais naturals des d'un model de turisme sostenible. Generació de la identitat corporativa amb un manual d'usos amb les diverses aplicacions, tant en àmbit nacional com internacional, amb l'adaptació corresponent als idiomes dels mercats emissors, com a mínim en català, castellà, anglès i francès.

El **segon document** serà un **Resum executiu de l'Estudi previ amb perspectiva de visibilitat pública**, que es pugui lliurar a premsa o a tercers.

Els documents es lliuraran en format PDF signat electrònicament i també en una carpeta electrònica que incorpori els arxius de treball en format obert (.doc, .xls, .ppt o similar) així com les imatges o marca gràfica proposades (en format .jpg, .gif, .tif, vectorial o similar). Així mateix poden incorporar-se altres documents de treball en format .mp4, .avi, demostracions en format .html o aplicacions.

Fase 2: Pla de Màrqueting

L'estudi previ servirà de base per a l'elaboració del ***Pla de Màrqueting de Turisme Sostenible en Espais Naturals del subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona"*** que s'ha de lliurar com a màxim en els 4 mesos després de finalitzada la fase 1 i que ha de contenir, com a mínim:

- **Formulació de l'estratègia** amb visió, missió i posicionament desitjat. Reptes i objectius (quantitatius i qualitatius). Definició dels productes i relació amb els mercats objectius.
- **Definició i priorització dels principals elements de digitalització** (web, apps, recomanacions de xarxes socials) i concreció de la implementació en el marc del pla de màrqueting.
- **Proposta de Pla d'accions** operacional identificant calendari, recursos necessaris i actors implicats. Priorització d'accions.
- **Proposta d'eines i indicadors de seguiment** d'evolució del Pla.

La documentació a lliurar en la fase 2 serà:

- **Pla de màrqueting.** S'especificaran les fonts d'informació utilitzades: bibliografia, bases de dades públiques, estudis i annexos que s'hagin utilitzat per l'elaboració del Pla.
- **Resum executiu del Pla de màrqueting i concreció a la Fase I** del subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona" amb perspectiva de visibilitat pública, que es pugui lliurar a premsa o a tercers.
- **Calendarització del Pla i propostes d'accions** per al període d'execució del present contracte amb detall de les accions de màrqueting digital a desenvolupar.
- **Presentació resumida en Powerpoint** o format compatible i en format obert d'aquest Pla.

Els documents es lliuraran en un informe conjunt en format PDF signat electrònicament i també en una carpeta electrònica que incorpori els arxius de treball en format obert (.doc, .xls, .ppt o similar) així com les imatges o marca gràfica proposades (en format .jpg, .gif, .tif, vectorial o similar). Així mateix poden incorporar-se altres documents de treball en format .mp4, .avi, demostracions en format .html o aplicacions.

Per a l'elaboració del Pla de màrqueting serà necessari realitzar un mínim de:

- Una entrevista i visita presencial amb els equips gestors dels parcs (Montseny, Sant Llorenç, Litoral) o conjunt de parcs (Garraf-Olèrdola i Foix), per tant serien 4 entrevistes.
- Entrevistes conjuntes amb els actors implicats, sector públic i sector privat. Per tant, es preveu 1 entrevista conjunta per parc o conjunt de parcs. Aquestes entrevistes es podrien fer, en el cas que sigui possible, en el marc d'una reunió ja prevista d'algun Fòrum permanent de la CETS de cada espai. En cas contrari, es convocaran reunions específiques per fer les entrevistes.
- 2 sessions conjuntes amb el personal directiu dels 6 parcs i altres actors implicats que es valori des de la Gerència de serveis de Turisme i la Gerència de serveis d'Espais Naturals. Una d'aquestes sessions cal fer-la a l'inici dels treballs i una al final, per valorar i aprovar el documents definitius.

Fase 3: Execució accions del Pla de Màrqueting

L'execució de les accions de màrqueting, promoció i comunicació es duran a terme des del moment de la finalització de la fase 2 i fins un màxim de 6 mesos.

Del conjunt d'actuacions identificades en el Pla d'acció operacional, es duran a terme un mínim de 5 accions de promoció i màrqueting, prèviament acordades amb la Gerència de Serveis de Turisme i la Gerència de Serveis d'Espais Naturals, prioritzant l'entorn digital, tot i que es valora l'execució d'accions no digitals. L'execució d'aquestes 5 accions anirà a càrrec de l'empresa adjudicatària i s'adreçaran als públics prioritaris.

- La ciutadania. Un mínim de 2 accions.
- Els Parcs naturals implicats en el subprojecte. Un mínim de 2 accions.
- Les comarques i destinacions de la província de Barcelona. Un mínim d'1 acció.

D'aquestes cinc accions, dues han de ser de promoció no publicitària (fires, jornades de sensibilització, accions de relacions públiques, etc). L'empresa contractista s'encarregarà tant de la creativitat de les accions i de la seva execució (per exemple en cas de presentacions) assumint la despesa a càrrec d'aquesta licitació.

En el cas de les accions adreçades a la **ciutadania**, una d'elles serà una acció de sensibilització per la ciutadania i el visitant local i una altra una acció de promoció per al públic de mercat de proximitat (espanyol, francès). En ambdós casos es cercaran propostes en les que es combinin les diferents temàtiques del projecte: sostenibilitat, senderisme, cicloturisme, gastronomia, patrimoni cultural. Les propostes hauran d'incloure criteris d'accessibilitat i ecoturisme.

La Gerència de Serveis de Turisme i la Gerència d'Espais Naturals es coordinaran amb la Subdirecció d'Imatge Corporativa de la Diputació per a les validacions.

La documentació a lliurar en la **fase 3** serà:

- Informe per a cada una de les accions realitzades que inclogui les evidències de la seva execució (fotografies, informes de resultats en funció dels objectius, mètriques).
- Materials utilitzats per a cada acció.

Els documents es lliuraran en un informe conjunt en format PDF signat electrònicament i també en una carpeta electrònica que incorpori els arxius de treball en format obert (.doc, .xls, .ppt o similar) així com les imatges o marca gràfica proposades (en format .jpg, .gif, .tif, vectorial o similar). Així mateix poden incorporar-se altres documents de treball en format .mp4, .avi, demostracions en format .html o aplicacions.

L'ús i el tractament de les imatges haurà d'adequar-se a l'establert a la clàusula 2.2. dels Plecs de Clàusules Administratives.

En relació amb el desenvolupament de les accions derivades del Pla de màrqueting:

Es requereix que l'empresa contractista tingui en compte les següents obligacions:

- La Diputació de Barcelona no assumirà cap despesa relacionada amb els viatges, dietes o despeses d'activitats o despeses mèdiques de les persones que participin en les accions de promoció (*famtrips, presstrips*, etc.). L'empresa serà la responsable de garantir la seguretat de les persones que participin en les diferents accions de promoció i de coordinar la correcta realització de l'activitat.
- L'empresa contractista vetllarà pel contingut de les imatges, àudios, textos i dels vídeos que es realitzin garantint que en la captació d'imatges que realitzin en el desenvolupament de les activitats, i en la recollida de material foto-videogràfic es compliran tots els requisits establerts en el Reglament europeu 2016/679, de 27 d'abril, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que respecta al tractament de dades personals i la lliure circulació d'aquestes dades i en la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i garanties dels drets digitals. Igualment, haurà d'atenir-se en tot moment a l'ús i tractament de les imatges de manera adequada i respectuosa en compliment de les previsions establertes per la Llei orgànica 1/1982, de 5 de maig, de protecció civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge.
- L'empresa contractista tindrà present que les imatges i continguts no podran comportar conductes vexatòries i/o discriminatòries de cap mena, no s'utilitzaran llenguatge o imatges sexistes, ni que inciten a l'odi o la violència. En cap cas, les imatges i continguts difosos podran menystenir la imatge de la Diputació de Barcelona ni la de la seva Destinació.

- L'empresa contractista restarà com a únic patró del personal que es requereixi contractar per al desenvolupament de les accions i assumirà tots els drets i obligacions com a tal, sense que la Diputació de Barcelona pugui ser en cap cas responsable de les obligacions que s'estableixin entre l'empresa i els treballadors, encara que es produeixin acomiadaments i/o qualsevol altra mesura contra els mateixos, inclosos els accidents com a conseqüència directa o indirecta del compliment o incompliment dels seus deures.
- L'empresa contractista serà l'encarregada d'obtenir tots els permisos, drets d'imatge dels participants, despeses, impostos, etc., inherents a la contractació, muntatge, etc. dels vídeos, inclosa la contractació del personal, no seran per compte de la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona, incloses les assegurances.
- Ni la Gerència de Serveis de Turisme ni la Gerència d'Espais Naturals no assumiran, ni pagaran directament als proveïdors els costos de producció vinculats a la creació dels vídeos.

3. PROCÉS DE TREBALL

3.1. Obligacions de la Diputació de Barcelona.

A l'inici del contracte, la Diputació de Barcelona lliurarà a l'empresa la informació relativa a les tasques realitzades fins al moment en marc del subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona" i proporcionarà el contacte de les persones implicades per tal de poder realitzar, si s'escau, entrevistes o reunions prèviament agendades per part de la Gerència de Serveis de Turisme.

Aquesta informació consistirà en el estudis previs realitzats, el Pla de Màrqueting turístic de les comarques i de la Destinació Barcelona de Diputació de Barcelona, el manual de marca d'Espais Naturals, el manual de marca de Barcelona és molt més i un resum executiu del subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona", el Pla de Comunicació de la Xarxa de Parcs Naturals, els Plans d'Accions de les CETS dels parcs, així com aquella documentació de referència que sigui d'interès.

Diputació de Barcelona també facilitarà els espais i mitjans de reunió necessaris per a la realització d'aquestes reunions.

3.2. Obligacions de l'empresa.

El contractista es compromet a realitzar un mínim de 2 visites al territori, 4 entrevistes amb actors implicats i 2 sessions conjunta amb personal dels parcs prèviament agendades i acordades amb la Gerència de Serveis de Turisme durant l'execució del present contracte, per a la correcta execució de les diferents fases de treball recollides a l'apartat 2 d'aquests plecs.

Es realitzaran reunions mensuals de seguiment entre l'empresa i els referents de la Gerència de Serveis de Turisme i de la Gerència d'Espais Naturals per valorar el grau d'execució de les actuacions, l'adequació al calendari previst i identificació d'incidències. L'empresa serà la responsable d'aixecar acta de les reunions i enviar-la als referents de la Gerència de Serveis de Turisme i de la Gerència d'Espais Naturals en el termini màxim d'1 setmana.

També poden realitzar-se reunions amb la Gerència de Serveis de Turisme de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic i Turisme i la Gerència d'Espais Naturals de l'Àrea d'Espais Naturals i Infraestructura Verda, la Subdirecció d'Imatge Corporativa de la Diputació de Barcelona així com amb altres ens que puguin participar en el subprojecte "PSTD Espais Naturals i Turisme Sostenible, una oportunitat per a la província de Barcelona" amb la finalitat d'obtenir la màxima informació per conèixer el projecte i poder extreure'n les conclusions necessàries.

Al final del projecte l'empresa realitzarà com a mínim 2 presentacions del Pla de Màrqueting, prèviament agendades i acordades per part de la Gerència de Serveis de Turisme i la Gerència d'Espais Naturals

Es compromet a guardar confidencialitat de totes aquestes reunions així com de qualsevol document que se li pugui lliurar sobre el projecte.

4. RECURSOS HUMANS NECESSARIS PER A L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

L'empresa contractista ha d'assegurar un equip de treball professional, suficient per desenvolupar totes les tasques en els termes que es preveu. Donat que els perfils acadèmics dels professionals que es dediquen al sector del màrqueting i comunicació digital és molt divers, resulta important establir unes característiques bàsiques de titulació i experiència per tal de garantir una millora qualitativa i significativa en l'execució del contracte

Perfils imprescindibles de l'equip de treball:

- **Coordinador/a:** serà el responsable del projecte i de la coordinació del seu equip, realitzarà les tasques d'interlocució entre la Gerència de Serveis de Turisme i la Gerència d'Espais Naturals i la resta de l'equip tècnic i establirà la programació, calendari i planificació de les diferents fases de treball, així com vetllarà pel seguiment i compliment dels objectius i el correcte desenvolupament de les accions.

Requisit mínim: **Titulació universitària**, en matèria directament vinculada al màrqueting i la comunicació estratègica (grau de turisme, Administració i Direcció d'Empreses, economia, periodisme, publicitat i relacions públiques, màrqueting o similar) o bé **titulació universitària** amb màsters en comunicació estratègica i corporativa, màrqueting i altres de contingut anàleg). Experiència professional d'un mínim de 3 anys en l'àmbit del sector turístic, tant a nivell de gestió de projectes generals com específics de màrqueting i/o comunicació per destinacions turístiques.

- **Una persona experta en comunicació:** serà el responsable de l'estratègia de convivència de marques i accions de comunicació i realitzarà les tasques relacionades amb l'elaboració del pla de màrqueting en relació amb el seu àmbit d'expertesa: elaboració de l'anàlisi previ, presentació de la proposta creativa i d'accions a desenvolupar. Així mateix, durà a terme les reunions pertinents amb l'equip de la Gerència de Serveis de Turisme i la Gerència d'Espais Naturals i n'aixecarà la corresponent acta. Donarà compliment en temps i forma del lliurament dels documents establerts i assessorarà a l'equip de la Gerència en la matèria pròpia de la seva expertesa.

Requisit mínim: **Titulació universitària**, en matèria directament vinculada a la comunicació i/o gestió de marques (grau de turisme, Administració i Direcció d'Empreses, economia, periodisme, publicitat i relacions públiques, màrqueting o similar) o bé **titulació universitària** amb màsters en comunicació estratègica i corporativa, màrqueting i altres de contingut anàleg). Experiència professional d'un mínim de 3 anys en l'àmbit del sector turístic, tant a nivell de gestió de projectes generals com específics de màrqueting i/o comunicació per destinacions turístiques.

- **Una persona experta en màrqueting i comunicació digital:** serà el responsable de realitzar les tasques relacionades amb l'elaboració del pla de màrqueting amb la visió i interlocució dels elements de digitalització imprescindibles en la consecució dels objectius dels plans: elaboració de l'anàlisi previ des del punt de vista digital, presentació de la proposta creativa i d'accions a desenvolupar de màrqueting digital. Així mateix, portarà a terme les reunions pertinents amb l'equip de la Gerència de serveis de Turisme i la Gerència d'Espais Naturals, encarregat de disposar l'ordre del dia i aixecament d'acta. Donarà compliment en temps i forma del lliurament dels documents establerts i assessorarà a l'equip de la gerència en la matèria pròpia de la seva expertesa.

Requisit mínim: **Titulació universitària**, en matèria directament vinculada a la comunicació i/o gestió de marques (grau de turisme, Administració i Direcció d'Empreses, economia, periodisme, publicitat i relacions públiques, màrqueting o similar) o bé **titulació universitària** amb màsters en comunicació estratègica i corporativa, màrqueting i altres de contingut anàleg). Experiència professional d'un mínim de 3 anys en l'àmbit del sector turístic, tant a nivell de gestió de projectes generals com específics de màrqueting i/o comunicació per destinacions turístiques.

- **Una persona experta en xarxes socials:** serà el responsable de realitzar les tasques relacionades amb l'elaboració del pla de màrqueting en relació amb la promoció d'eines, canals i/o plataformes digitals en l'àmbit de social media: elaboració de l'anàlisi previ i les possibilitats de promoció a les xarxes socials, presentació de la proposta creativa i d'accions a desenvolupar en aquests canals. Així mateix, portarà a terme les reunions pertinents amb l'equip de la Gerència de Serveis de Turisme i la Gerència d'Espais Naturals encarregat de disposar l'ordre del dia i aixecament d'acta. Donarà compliment en temps i forma del lliurament dels documents establerts i assessorarà a l'equip de la gerència en la matèria pròpia de la seva expertesa.

Requisit mínim: **Titulació universitària**, en matèria directament vinculada a la comunicació i/o gestió de marques (grau de turisme, Administració i Direcció d'Empreses, economia, periodisme, publicitat i relacions públiques, màrqueting o similar) o bé **titulació universitària** amb màsters en comunicació estratègica i corporativa, màrqueting i altres de contingut anàleg). Experiència professional d'un mínim de 3 anys en l'àmbit del sector turístic, tant a nivell de gestió de projectes generals com específics de màrqueting i/o comunicació per destinacions turístiques.

Es tracta de característiques multidisciplinars que poden confluïr en un únic professional o bé requerir d'un equip de persones que compleixin amb les diferents habilitats professionals per completar l'àmbit d'expertesa requerit. No obstant, en tot cas l'equip de treball haurà d'estar integrat com a mínim per 3 professionals.

5. MECANISMES DE COORDINACIÓ I SEGUIMENT

Es realitzarà el seguiment del contracte mitjançant una comissió de seguiment que realitzarà reunions que convocarà el contractista. Es realitzaran com a mínim mensualment i assistiran representants designats per la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona, la Gerència de Serveis d'Espais Naturals i el/la coordinador/a de l'empresa contractista. En cas necessari, també hi podran assistir altres membres de l'equip de l'empresa o d'altres Gerències o Àrees de Diputació de Barcelona que puguin estar implicades en les tasques a coordinar o altres tècnics de l'empresa contractista, convocats per la seva coordinació.

Les funcions de la **Comissió de Seguiment** seran les següents:

- Fer el seguiment de les tasques prèvies a la formulació de l'estratègia de màrqueting i comunicació i l'evolució de la mateixa
- Fer el seguiment de la calendarització de les tasques proposades
- Validar l'estratègia de màrqueting
- Validar l'estratègia de marca i comunicació
- Validar els documents del primer lliurament
- Fer el seguiment de les propostes de màrqueting i comunicació previstes al pla
- Fer el seguiment de l'execució de les accions de comunicació dutes a terme

L'empresa contractista haurà d'elaborar l'acta de les reunions mensuals i les haurà d'enviar al representant de la Gerència de Serveis de Turisme en el termini màxim d'una setmana a comptar de la data de la reunió.

6. TERMINI

1a Fase: Estudi previ: 2 mesos

2a Fase: Pla de Màrqueting: 4 mesos

3a Fase: Execució accions del Pla de Màrqueting: 6 mesos

7. DOCUMENTACIÓ A LLIURAR I FORMA DE PRESENTACIÓ

La documentació que lliuri l'empresa s'ajustarà a les normes de disseny i presentació proporcionades per la Diputació de Barcelona. Aquestes inclouran les obligacions d'informació i comunicació als que estan sotmesos els Plans de Sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD) i les actuacions derivades del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR).

En totes las actuacions de comunicació relacionades amb el Pla es deixarà constància que es tracta d'una actuació finançada per "la Unión Europea- NextGeneration EU", garantint que tots els destinataris finals coneixen l'origen del finançament.

Per tal d'assegurar la correcta execució d'aquestes obligacions en l'ús i tractament de la imatge del PRTR, s'hauran de seguir les pautes del 'Manual d'Identitat Visual del PRTR' elaborat per la Diputació de Barcelona. En aquest sentit, tots els informes, plans, estudis, memòries i documents hauran d'editar-se deixant constància que es tracta d'una actuació finançada per "la Unión Europea- NextGeneration EU", garantint que tots els destinataris finals coneixen l'origen del finançament. Així mateix, es requerirà la validació prèvia de la Subdirecció d'Imatge Corporativa i Promoció Institucional de la Diputació de Barcelona dels elements gràfics resultants del present contracte.

Els documents es lliuraran en un informe conjunt en format PDF signat electrònicament i també en una carpeta electrònica que incorpori els arxius de treball en format obert (.doc, .xls, .ppt o similar) així com les imatges o marca gràfica proposades (en format .jpg, .gif, .tif, vectorial o similar). Així mateix poden incorporar-se altres documents de treball en format .mp4, .avi, demostracions en format .html o aplicacions.

La presentació i redacció dels documents haurà de lliurar-se en català i ajustar-se a les normes de qualitat bàsiques de correcció lingüística i estructura que s'acordin amb la Gerència de Serveis de Turisme.

ANNEXOS

Els annexos per disposar de la informació necessària son els següents:

1.- Quadern de viatge comarques de Barcelona 2019. Informació relacionada amb els parcs objecte del projecte

[4d02795d-6dbb-404a-8035-ba9e0d6f5e14 \(barcelonaesmoltmes.cat\)](https://barcelonaesmoltmes.cat/4d02795d-6dbb-404a-8035-ba9e0d6f5e14)

En aquest document es trobaran propostes úniques i experiències inoblidables. Ofereix un recorregut turístic seguint àmbits temàtics com l'arquitectura, la gastronomia, els parcs i espais naturals, les festes i celebracions, les platges, les activitats lúdiques i esportives a la natura, i l'enoturisme, entre d'altres.

2.- Resum executiu del pla de màrqueting vigent

En aquest document es marca quina ha de ser l'estratègia a seguir i es configura, així, com un full de ruta precís i necessari per a la coherència i la cohesió de totes les actuacions de promoció turística de la destinació que conforma la província de Barcelona.

[Comunicació - Turisme - Diputació de Barcelona](#)

3.- Manual de comunicació d'Espais Naturals

[normativa grafica parcs \(diba.cat\)](#)

En aquest document es marca quina és la normativa i recomanacions per identificar correctament els espais naturals de la província de Barcelona d'acord amb els principis corporatius.

4.- Manual de marca Barcelona és molt més

[BCN manual marca \(diba.cat\)](#)

Manual amb les pautes per aplicar la marca Barcelona és molt més i les marques territorials de la província de Barcelona.

Altra informació complementària:

5.- Memòria Gerència Serveis de Turisme 2022/2023

<https://seuelectronica.diba.cat/serveis-de-la-seu/memoria-corporativa/>

En aquest document es trobarà la informació sobre les tasques de la Gerència de Turisme de la Diputació de Barcelona. També disponible a: <https://www.diba.cat/es/web/dturisme>

Memòries 2022/2023 dels 6 parcs objecte d'estudi

Aquí trobareu les memòries anuals dels parcs, de la Gerència de Serveis d'Espais Naturals i dels diferents programes, així com els informes de gestió de cada espai natural.

<https://www.diba.cat/web/espais-naturals/memories>

6.- Informació sobre el subprojecte “PSTD Espacios Naturales y turismo sostenible: una oportunidad para la provincia de Barcelona”

[PSTD Espais Naturals i turisme sostenible - Dturisme - Diputació de Barcelona \(diba.cat\)](#)

L'enllaç recull la informació bàsica del subprojecte indicant els objectius, les principals actuacions i el calendari de treball.

7.- Informació sobre els Espais Naturals a la província de Barcelona: els parcs

[Inici - XPN \(diba.cat\)](#)

L'enllaç recull la informació bàsica sobre la Xarxa de Parcs Naturals de la província de Barcelona.

8.- Informació diversa sobre la promoció del turisme a la província de Barcelona

- **Turisme sostenible:**

<https://www.barcelonaesmoltmes.cat/turisme-sostenible>

Pàgina web sobre idees i plans de turisme sostenible a les comarques de Barcelona

<https://www.diba.cat/web/turisme-sostenible>

Publicació editada per la Diputació de Barcelona amb idees i plans per fer a les comarques de Barcelona

- **Turisme natura:**

<https://www.barcelonaesmoltmes.cat/natura>

Pàgina web sobre idees i plans per descobrir la natura de les comarques de Barcelona

- **Barcelona és molt més:**

<https://www.barcelonaesmoltmes.cat/inici>

Web de *Barcelona és molt més* amb idees i plans per fer a les comarques de Barcelona

Metadades del document

Núm. expedient	2023/0041790
Tipus documental	Plec de clàusules o condicions
Títol	Plec de prescripcions tècniques per a la contractació de l'elaboració d'un Pla de Màrqueting de Turisme Sostenible en Espais Naturals, gestionat per la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona finançat per la Unió Europea mitjançant els Fons Next Generation EU en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència

Signatures

Signatari		Acte	Data acte
Soledad Paula Bravo Letelier (TCAT)	Gerent de Serveis de Turisme	Signa	21/11/2024 11:06

Validació Electrònica del document

Codi (CSV)	Adreça de validació	QR
119a0b041417be465a2d	https://seuelectronica.diba.cat	

