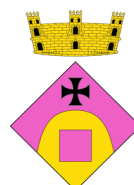




Turisme ecològic i regeneratiu a Foradada: “Land Art”, camins de Natura

Projecte de promoció turística de gestió municipal

Dins del Pla estratègic de turisme del Pirineu i les terres de Lleida 2023-2026, finançat per:



Ajuntament de Foradada

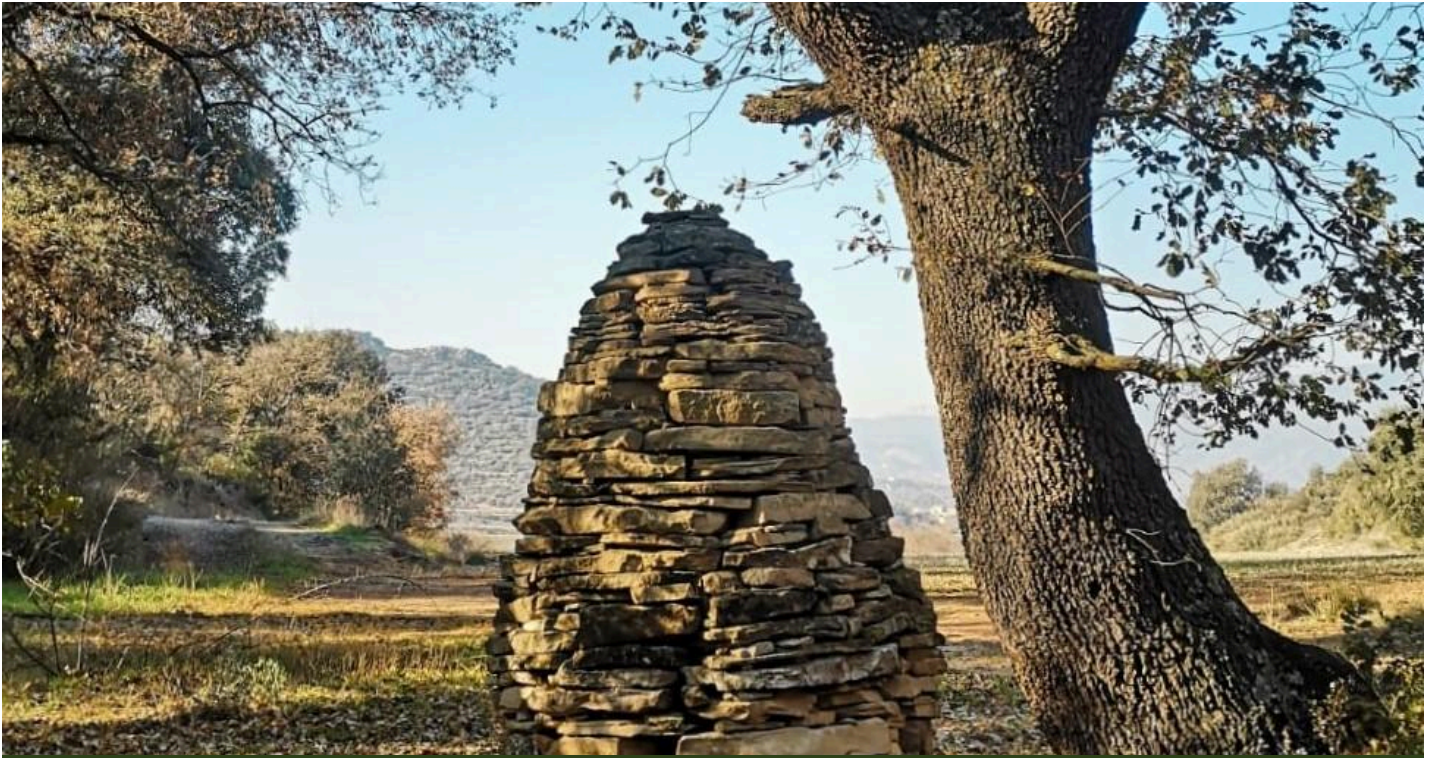


ÍNDEX

ÍNDEX.....	2
A. RESUM EXECUTIU.....	5
A.1. Antecedents.....	6
A.2. Necessitat d'aquest projecte.....	6
A.3. Objectius.....	7
A.4. Valor de la solució.....	8
A.5. Conclusions.....	9
B. CONTEXT TERRITORIAL.....	11
B.1. Marc del municipi.....	12
B.2. Perfil geogràfic.....	12
B.3. Perfil sociodemogràfic.....	13
B.4. Perfil econòmic i comercial.....	14
B.5. Anàlisi de l'oferta turística.....	15
C. RECURSOS TURÍSTICS.....	17
C.1. Recursos turístics.....	18
C.2. Turisme Verd.....	19
C.3. Altres Recursos.....	19
D. PRODUCTES I SERVEIS TURÍSTICS.....	21
D.1. Oferta d'allotjament.....	22
D.2. Oferta cultural i de natura.....	22
D.3. Oferta de restauració.....	24
E. ÀMBIT TURÍSTIC.....	25
E.1. Avaluació de l'àrea turística.....	26
E.2. Anàlisi DAFO.....	27
F. DEFINICIÓ DE L'ESTRATÈGIA I IMPACTE.....	31
F.1. Consideracions prèvies.....	32
F.2. Estratègia de promoció turística.....	33
F.3. Impacte del projecte.....	34
F.4. Alineació amb els ODS.....	36
G. PÚBLIC, MERCAT I COMPETITIVITAT.....	37
G.1. Anàlisi de la demanda.....	38
G.2. Públic objectiu.....	39
G.3. Agents participants.....	41
H. OBJECTIUS: GENERAL I ESPECÍFICS.....	43
H.1. Objectiu General.....	44
H.1.1. Turisme Sostenible i Regeneratiu.....	44
H.1.1.1. Concertar el suport d'una secretaria tècnica.....	45
H.2. Objectius específics.....	45

H.2.1. Corresponsabilitat i cogestió.....	45
H.2.1.1. Mapa d'actors turístics.....	45
H.2.1.2. Sinergies sectorials.....	46
H.2.1.3. Turisme inclusiu i participatiu.....	46
H.2.1.4. Impuls a la col·laboració local.....	46
H.2.2. Producte innovador i sostenible.....	46
H.2.2.1. Impuls a productes clau sostenibles.....	46
H.2.2.2. Coordinació i redistribució de l'oferta turística.....	46
H.2.2.3. Estímul a la innovació turística multisectorial.....	47
H.2.2.4. Gestió del límit turístic per a la sostenibilitat.....	47
H.2.3. Orientació a la demanda afí.....	47
H.2.3.1. Adaptació estratègica al perfil del visitant.....	47
H.2.3.2. Optimització del relat turístic mitjançant dades fiables.....	47
H.2.3.3. Captació de visitants conscients i compromesos.....	47
H.2.4. Desenvolupament i aplicació de coneixement.....	48
H.2.4.1. Impuls a la formació especialitzada i sostenible en turisme.....	48
H.2.4.2. Professionalització i valorització del capital humà en turisme.....	48
H.2.4.3. Valorització del patrimoni local com a motor d'acollida.....	48
H.2.4.4. Foment de sinergies per a la compartició de recursos i coneixements..	48
H.2.4.5. Implementació d'un sistema d'avaluació i millora contínua.....	48
I. PLA D'ACTUACIONS.....	49
I.1. Objectius, accions i actuacions.....	50
Actuacions dins de l'Objectiu General: Turisme Sostenible i Regeneratiu (H.1.1).....	50
Actuacions a dur a terme per la Secretaria Tècnica dins de l'objectiu específic de la Corresponsabilitat i cogestió (H.2.1).....	53
Actuacions dins l'Acció > H.2.1.1 Mapa d'actors turístics.....	53
Actuacions dins l'Acció > H.2.1.2 Sinergies sectorials.....	54
Actuacions dins l'Acció > H.2.1.3 Turisme inclusiu i participatiu.....	55
Actuacions dins l'Acció > H.2.1.4 Impuls a la col·laboració local.....	55
Actuacions a dur a terme per la Secretaria Tècnica* dins de l'objectiu específic del Producte innovador i sostenible (H.2.2).....	57
Actuacions dins l'Acció > H.2.2.1 Impuls a productes clau sostenibles.....	57
Actuacions dins l'Acció > H.2.2.2 Coordinació i redistribució de l'oferta turística.....	58
Actuacions dins l'Acció > H.2.2.3 Estímul a la innovació turística multisectorial..	59
Actuacions dins l'Acció > H.2.2.4 Gestió del límit turístic per a la sostenibilitat..	60
Actuacions a dur a terme per la Secretaria Tècnica* dins de l'objectiu específic de l'Orientació a la demanda afí (H.2.3).....	62
Actuacions dins l'Acció > H.2.3.1. Adaptació estratègica al perfil del visitant.....	62
Actuacions dins l'Acció > H.2.3.2. Optimització del relat turístic mitjançant dades fiables.....	65
Actuacions dins l'Acció > H.2.3.3. Captació de visitants conscients i compromesos.....	65
Actuacions a dur a terme per la Secretaria Tècnica dins de l'objectiu específic del	

Desenvolupament i aplicació de coneixement (H.2.4).....	67
Actuacions dins l'Acció > H.2.4.1 Impuls a la formació especialitzada i sostenible en turisme.....	67
Actuacions dins l'Acció > H.2.4.2 Professionalització i valorització del capital humà en turisme.....	68
Actuacions dins l'Acció > H.2.4.3 Valorització del patrimoni local com a motor d'acollida.....	68
Actuacions dins l'Acció > H.2.4.4 Foment de sinergies per a la compartició de recursos i coneixement.....	70
Actuacions dins l'Acció > H.2.4.5 Implementació d'un sistema d'avaluació i millora contínua.....	70
J. PRIORITZACIÓ I PLANIFICACIÓ.....	71
K. PRESSUPOST.....	73
K.1. Resum del pressupost.....	74
K.2. BLOC 1: Direcció. Coordinació i Execució actuacions. Secretaria tècnica.....	75
K.3. BLOC 2: Aplicar Pla Senyalització.....	82
K.4. BLOC 3: Aplicació Pla de Comunicació.....	82
K.5. BLOC 4: Obtenció i tractament de dades.....	83
K.6. BLOC 5: Creació producte turístic.....	83



A. RESUM EXECUTIU

A.1. Antecedents

A.2. Necessitat d'aquest projecte

A.3. Objectius

A.4. Valor de la solució

A.5. Conclusions

A.1. Antecedents

El Projecte de Promoció Turística a Foradada forma part d'una iniciativa més àmplia, alineada amb l'estratègia de Turisme de Catalunya i Diputació de Lleida 2023-2026. Aquest projecte s'emmarca dintre de la dinàmica de la Diputació de Lleida, Patronat de Turisme, que busca dotar els municipis d'un model turístic més competitiu i contribuir al posicionament de les Terres de Lleida com a destinació sostenible líder en turisme interior i de muntanya. El projecte a Foradada, amb el seu patrimoni cultural i natural únic, s'orienta cap a aquesta dinàmica per l'atracció de nous segments de turistes, oferint a aquest mercat turístic experiències autèntiques i sostenibles.

El suport de la Diputació de Lleida i el Patronat de Turisme és clau per a la realització del projecte. L'objectiu d'aquest suport i col·laboració és aconseguir adaptar-se a les noves tendències del mercat turístic, millorant la competitivitat i integració de Foradada en el marc territorial de Lleida i Catalunya, fomentant una gestió eficient dels seus recursos i una promoció efectiva del territori.

Amb aquest enfocament, Foradada no només enforteix la seva posició en el mercat turístic, sinó que també contribueix al desenvolupament sostenible del municipi, assegurant un futur més respectuós, resiliència i adaptatiu tant pel visitant com per la població local.

A.2. Necessitat d'aquest projecte

El Projecte de Promoció Turística de Foradada se centra en la revitalització postpandèmica del turisme, adaptant-se a la nova realitat turística i superant els nivells previs de visitants. Aquesta iniciativa s'enfoca a atraure nous segments de mercat amb una demanda creixent de turisme sostenible i experiències autèntiques.

La identitat local de Foradada, amb la seva rica herència cultural i natural, és un pilar fonamental del projecte, destacant-se en l'experiència turística. L'enfocament sostenible és crucial, incorporant pràctiques que respecten el medi ambient, fomenten l'economia local i preserven el patrimoni.

La coordinació amb els municipis adjacents i l'estratègia més àmplia alineada amb Turisme de Catalunya crea sinergies i optimitza recursos, establint un enfocament turístic més efectiu i cohesionat. Aquesta col·laboració provoca la diversificació dels productes i serveis amb la integració de diverses experiències turístiques, des de turisme de natura fins a activitats culturals i gastronòmiques.

El projecte també té com a objectiu impulsar el desenvolupament econòmic local, creant ocupació i oportunitats per als negocis locals. Aquest enfocament contribueix a generar ingressos que es poden reinvertir en la comunitat, millorant infraestructures i serveis.

En resum, aquest projecte representa una transformació estratègica del turisme a Foradada, posicionant-lo com una destinació turística de referència al territori.

A.3. Objectius

El projecte de promoció turística a Foradada es concentra en objectius clau per transformar el municipi en una destinació turística de primer nivell:

- Turisme Sostenible i Regeneratiu: Impulsar la sostenibilitat en el turisme, incloent-hi pràctiques ecològiques, conservació del patrimoni i turisme responsable.
- Innovació en l'Oferta Turística: Desenvolupar experiències turístiques úniques que utilitzin els recursos naturals i culturals locals, com tours temàtics i esdeveniments culturals.
- Integració territorial: Col·laborar amb municipis veïns i alinear-se amb l'estratègia turística de Catalunya i de Lleida, per oferir una experiència territorial cohesiva.
- Desenvolupament Econòmic i Social: Utilitzar el turisme per impulsar l'economia local i assegurar una distribució equitativa dels beneficis del turisme en la comunitat.
- Màrqueting Digital Efectiu: Implementar una estratègia de màrqueting digital per augmentar la visibilitat de Foradada, amb contingut atractiu i campanyes en xarxes socials.
- Millora d'Infraestructures i Serveis: Invertir en la millora d'infraestructures turístiques, com ara senyalització i accessibilitat, i en el desenvolupament d'aplicacions mòbils.
- Educació i Sensibilització: Realitzar programes d'educació tant pels actors turístics com per a residents i visitants, enfocant-se en la sostenibilitat i el respecte a la cultura local.

Aquest projecte posicionarà Foradada com una destinació turística destacada, oferint experiències úniques i contribuint al benestar de la seva comunitat.

A.4. Valor de la solució

L'aplicació d'aquest projecte transformarà Foradada en diversos aspectes crucials:

- **Increment del Turisme i Beneficis Econòmics:** La diversificació de l'oferta turística i la promoció eficaç atreuen un nombre més gran de visitants, la qual cosa es traduirà en un augment d'ingressos per a negocis locals i millora en l'economia del municipi.
- **Promoció de la Sostenibilitat:** La implementació de pràctiques sostenibles tindrà un impacte positiu al medi ambient local i a la preservació del patrimoni cultural, contribuint al turisme regeneratiu.
- **Millora en la Qualitat de Vida dels Residents:** El desenvolupament turístic sostenible i l'increment econòmic redundaran en una millor qualitat de vida per als habitants de Foradada, amb més oportunitats d'ocupació i més inversió en serveis i infraestructures.
- **Posicionament Estratègic i Reconeixement territorial:** Foradada es posicionarà com una destinació turística innovadora i sostenible, cosa que pot atraure atenció i reconeixement en l'àmbit territorial i nacional.
- **Foment de la cultura i la identitat local:** La promoció del patrimoni cultural i natural del municipi ajudarà a preservar i valorar la identitat local.
- **Integració i Sinergies amb el territori:** L'alineació amb l'estratègia turística territorial i la col·laboració amb municipis veïns enfortiran l'oferta turística de tot el territori, beneficiant Foradada i els seus voltants.

Aquest projecte, per tant, no sols resol el problema immediat de la recuperació de la postpandèmia, sinó que també estableix les bases per a un desenvolupament turístic sostenible i pròsper a llarg termini.

A.5. Conclusions

La importància d'aquest projecte per a Foradada rau en la capacitat per abordar desafiaments crítics i aprofitar oportunitats úniques. Primer, la necessitat de recuperació econòmica de la postpandèmia i la revitalització del turisme són urgents. El projecte proposa no sols una recuperació, sinó una transformació cap a un turisme més sostenible i diversificat, alineat amb les noves demandes globals. A més, enforteix la identitat i el patrimoni cultural del municipi, promovent un turisme que beneficia tant visitants com residents. La integració amb l'estratègia territorial i la promoció de pràctiques sostenibles posicionen Foradada com a líder en innovació turística. Aquest enfocament a llarg termini assegura la sostenibilitat de la destinació, millora la qualitat de vida local i promou un desenvolupament econòmic inclusiu i respectuós amb el medi ambient. En resum, aquest projecte no sols resol problemes actuals, sinó que estableix una base sòlida per al futur pròsper i sostenible de Foradada.



B. CONTEXT TERRITORIAL

B.1. Marc del municipi

B.2. Perfil geogràfic

B.3. Perfil sociodemogràfic

B.4. Perfil econòmic i comercial

B.5. Anàlisi de l'oferta turística

B.1. Marc del municipi

Foradada, situat a la comarca de la Noguera a Lleida, ressalta per la seva posició estratègica pròxima a la serra de Montsec i el riu Segre, aportant un entorn natural ric i divers. L'economia de Foradada es basa en una combinació d'agricultura tradicional, petita indústria local i turisme en creixement, amb un especial èmfasi en el turisme ecològic i regeneratiu. El sector de serveis està en expansió, amb establiments com ara restaurants de cuina local, allotjaments rurals, botigues d'artesanía i serveis bàsics.

Els principals atractius turístics i culturals de Foradada inclouen el castell de Montsonís, un exemple destacat de patrimoni medieval, el Castell de Rubió Baix i les esglésies de Rubio Baix i Mig, amb una arquitectura religiosa de gran valor. Els pobles que conformen Foradada - Montsonís, Marcovau, Rubio Alt, Baix i Mig - ofereixen una varietat d'experiències, des de recorreguts històrics fins a activitats de natura. El calendari festiu local es distingeix per celebracions úniques que reflecteixen la riquesa cultural de la zona.

Foradada es destaca per les seves rutes de senderisme i bicicleta que travessen paisatges naturals, oferint vistes espectaculars i l'oportunitat d'observar la fauna i flora locals. A més, el municipi promou activitats de "Land Art", on l'art i la natura es fusionen, creant un atractiu únic per als visitants.

La combinació de patrimoni històric, bellesa natural i compromís amb el turisme sostenible fa de Foradada un lloc ideal per desenvolupar estratègies de promoció turística. La tranquil·litat i autenticitat dels seus pobles i paratges naturals proporcionen una experiència única, encoratjant als visitants a explorar i connectar amb la natura i la cultura locals.

B.2. Perfil geogràfic

Foradada es distingeix per la seva ubicació a la comarca de la Noguera, a la província de Lleida, Catalunya. Amb una altitud mitjana d'aproximadament 350 metres sobre el nivell del mar, Foradada s'estén sobre una superfície de 60 km². Aquest perfil geogràfic es defineix per la seva proximitat a la serra de Montsec i la vall del riu Segre, oferint un paisatge variat amb muntanyes, barrancs i rius.

La flora de Foradada inclou espècies típiques de la vegetació mediterrània com l'alzina, el roure, el pi blanc i diverses plantes aromàtiques com el romaní i la farigola. La fauna és rica i diversa, amb presència de mamífers com el senglar, el cabirol, la guineu, així com diverses espècies d'aus, incloent-hi rapinyaires com el voltor, l'aufrany, l'àguila daurada i l'àguila cuabarrada.

El paisatge es caracteritza per la seva riquesa natural, amb zones de boscos, barrancs, camps de conreu i rius. Aquesta varietat d'ecosistemes fa de Foradada un lloc ideal per a l'observació de la natura, les caminades i les activitats de muntanya. La proximitat del riu Segre afavoreix també les activitats aquàtiques com la pesca.

Les serres i els barrancs propers, i, ofereixen oportunitats úniques per a l'escalada,

senderisme i ciclisme, amb rutes que revelen vistes espectaculars i permeten una immersió completa en la natura. La combinació de paisatges muntanyosos amb zones de riu i camps de cultiu crea un entorn únic, ideal tant per a l'aventura com per al relaxament.

A més, la presència de vestigis històrics com el castell de Montsonís i el de Rubió Baix enriqueixen el paisatge, aportant un toc cultural a l'experiència natural. Aquesta diversitat geogràfica i la riquesa de l'entorn natural fan de Foradada un municipi amb un perfil geogràfic atractiu i versàtil per al turisme, particularment per aquells que busquen una experiència autèntica i una connexió amb la natura i la història.

B.3. Perfil sociodemogràfic

L'anàlisi del perfil sociodemogràfic de Foradada revela diverses característiques clau:

Distribució de la Població per Edat i Gènere:

- La mitjana d'edat dels habitants de Foradada és d'aproximadament 44 anys.
- La distribució per grups d'edat i gènere indica una població lleugerament envellida, amb una majoria d'adults i gent gran. Per exemple, el grup d'edat de 50-55 anys compta amb una mica més de dones que d'homes.
- Els menors de 18 anys constitueixen al voltant del 17% de la població, els adults (18-65 anys) representen aproximadament el 60%, i els majors de 65 anys al voltant del 23%.

Lloc de Naixement dels Habitants:

- Un 50% dels residents són nadius de Foradada.
- Al voltant d'un 35% dels habitants han migrat a Foradada des d'altres llocs d'Espanya, incloent-hi un 20% d'altres municipis de la província de Lleida i un 10% d'altres províncies de Catalunya.
- Aproximadament el 15% dels habitants són immigrants d'altres països.

Densitat de Població:

- La densitat poblacional és d'uns 50 habitants per km².

Aspectes Geogràfics i Econòmics:

- Foradada està situat al sud de la comarca de la Noguera, a prop de la serra de Montsec i el riu Segre.
- El municipi inclou nuclis de població com Montsonís, Marcovau, Rubio Alt, Baix i Mig.
- L'economia de Foradada es basa en una combinació d'agricultura, petita indústria i turisme, especialment turisme ecològic i regeneratiu. També hi ha un sector de serveis en desenvolupament, incloent-hi restaurants, allotjaments rurals, botigues i serveis bàsics.

Aquest perfil sociodemogràfic mostra que Foradada és un municipi amb una població lleugerament envellida, amb una base econòmica variada i un component destacat de serveis. La combinació de residents nadius i immigrants aporta diversitat a la comunitat. Aquests factors són essencials per considerar en l'elaboració de qualsevol estratègia de promoció turística, enfocant-se en la creació d'experiències autèntiques que atrauen tant la població local com als visitants.

B.4. Perfil econòmic i comercial

Foradada manté una economia tradicional centrada en l'agricultura i la ramaderia, però també està desenvolupant noves iniciatives que promouen la sostenibilitat i la innovació. Aquesta combinació d'activitats tradicionals i modernes ofereix una base sòlida per al desenvolupament econòmic del municipi.

El sector agrícola de Foradada es basa principalment en el cultiu de cereals, vinyes i oliveres, aprofitant el clima mediterrani i el terreny fèrtil, a Rubió s'ha iniciat el cultiu ecològic de Rosa Mosqueta i Safrà. La ramaderia també té un paper important, amb explotacions de bestiar oví i boví. A més, hi ha una tendència creixent cap a l'agricultura ecològica i la producció de productes locals de qualitat.

El turisme, especialment el turisme ecològic i regeneratiu, està emergint com un pilar econòmic clau. La proximitat de Foradada a atraccions naturals com la serra de Montsec i el congost del Mu i el de Mont-rebei, així com el seu ric patrimoni cultural, ofereixen oportunitats úniques per al desenvolupament de l'ecoturisme i el turisme actiu i d'aventura.

El sector de serveis a Foradada és variat, amb restaurants que ofereixen cuina local, allotjaments rurals, petites botigues d'artesanía i serveis bàsics. Aquesta diversificació econòmica, amb una combinació d'activitats tradicionals i iniciatives sostenibles i turístiques, fa de Foradada un lloc amb una base econòmica versàtil i en creixement, ideal per a l'elaboració de plans de promoció turística que aprofitin aquestes fortaleeses.

B.5. Anàlisi de l'oferta turística

L'oferta turística de Foradada destaca per la seva combinació única de patrimoni natural i cultural, així com per les seves iniciatives en turisme ecològic i regeneratiu.

Un dels principals atractius naturals de Foradada és la proximitat a la serra de Montsec i el congost del Mu, zones ideals per a senderisme, escalada i ciclisme. Aquestes zones ofereixen rutes espectaculars per a aventurers i amants de la natura, incloent-hi vistes panoràmiques impressionants i la possibilitat d'observar la fauna local.

En l'àmbit cultural, Foradada compta amb el castell de Montsonís, un lloc històric que ofereix visites guiades i activitats educatives. A més, es promouen rutes culturals que connecten els diversos pobles del municipi, com Rubio Alt, Baix i Mig, destacant els seus elements patrimonials i culturals únics.

L'allotjament a Foradada inclou cases rurals i petites hostaleries que ofereixen una experiència autèntica i propera a la natura i la cultura locals. Per als viatgers que prefereixen una estada més autònoma, el municipi també compta amb àrees destinades a autocaravanes.

Per als aficionats al turisme actiu, es promouen activitats com la pesca al riu Segre, així com rutes de bicicleta i de senderisme que travessen els paisatges naturals del municipi. Aquestes activitats permeten als visitants gaudir del medi ambient i la bellesa escènica de Foradada d'una manera sostenible.

Finalment, l'art i la natura s'entrellacen en iniciatives de "Land Art" a Foradada, on artistes locals i visitants poden crear obres que harmonitzin amb l'entorn natural. Aquests projectes afegeixen un valor artístic i educatiu únic al municipi.

En resum, Foradada ofereix una oferta turística diversa i rica que combina la bellesa natural, el patrimoni cultural, l'ecoturisme i les activitats d'aventura. Això la converteix en una destinació atractiva per a una àmplia varietat de turistes, des dels que busquen tranquil·litat i natura fins als aventurers i als amants de la cultura.



C. RECURSOS TURÍSTICS

C.1. Recursos turístics

C.2. Turisme verd

C.3. Altres recursos

C.1. Recursos turístics

Foradada, amb la seva rica herència cultural i els seus impressionants entorns naturals, ofereix una àmplia varietat de recursos turístics que reflecteixen el seu compromís amb el turisme ecològic i regeneratiu, així com amb el "Land Art" i els camins de natura.

- El projecte eix del municipi és la Ruta "Land Art", repartida pels boscos i camps de Foradada, Montsonís i Rubió. Aquesta ruta ofereix experiències úniques amb nombroses figures construïdes a la natura amb materials naturals, com els "Vedells", "Lo Padrí" i "l'Ou", que conviden els visitants a interactuar amb l'art i la natura de manera sostenible.
- Dins dels atractius naturals, la Roca Foradada i l'ermita de Sant Urbà, així com les Coves i el Santuari de Salgar, destaquen pel seu valor històric i paisatgístic. El Castell de Montsonís, el Parc de Sant Urbà de Montsonís i el mirador de la Roca Foradada són altres punts d'interès, oferint una mirada a la història i l'arquitectura de la zona.
- A més, el Celler de vins Cel de Rubió ofereix experiències enoturístiques, mentre que els Búnquers de la Guerra Civil excavats a la roca a Rubió de Baix i els repartits pel municipi, aporten una dimensió històrica al turisme local.
- L'Església de Sant Feliu de la Torrota i el Castell de Rubió de Baix són també part del ric patrimoni cultural de Foradada, juntament amb els boscos de ribera al riu Segre prop de Salgar, que proporcionen un entorn idoni per a passejades i activitats de natura.
- La producció i el processament de rosa mosqueta i safrà de cultiu ecològic a Rubió ofereixen una visió de les tradicions agrícoles locals, complementant l'oferta turística.
- El relat i storytelling del municipi se centren en la figura de "Lo Padrí" com a figura més emblemàtica del "Land Art" i les "Marietes", pedres de riu pintades per nens que guien als visitants pels camins del Land Art, aportant un element d'innovació i interactivitat a l'experiència turística.

Aquesta combinació de recursos turístics fa de Foradada un lloc ideal per a un turisme que cerca una experiència autèntica, immersiva i respectuosa amb el medi ambient. La seva oferta variada i sostenible fa de Foradada una destinació atractiva per als amants de la natura, la cultura, la història i les activitats a l'aire lliure.

C.2. Turisme Verd

A Foradada, el turisme verd se centra al voltant dels seus boscos de ribera, muntanyes i espais naturals protegits, destacant la importància del respecte i la conservació del medi ambient.

Els boscos de ribera al llarg del riu Segre, especialment al voltant de Salgar i Rubio de Baix, són espais de gran valor ecològic. Aquests boscos ofereixen hàbitats naturals per a diverses espècies de fauna i flora i són llocs ideals per a l'observació de la natura, passejades i activitats de descobriment ambiental.

Les muntanyes del "Munt" i els entorns de Salgar són també espais naturals protegits que formen part del paisatge únic de Foradada. Aquestes zones muntanyoses ofereixen senderes per a l'exploració i l'aventura, permetent als visitants gaudir de vistes panoràmiques i descobrir la rica biodiversitat de la regió.

Aquestes àrees naturals són recursos claus per a la promoció del turisme sostenible i l'educació ambiental a Foradada. Les iniciatives de turisme verd a Foradada se centren a proporcionar experiències que permetin als visitants connectar-se amb la naturalesa de manera respectuosa i educativa, destacant la importància de la conservació del medi ambient.

Aquest enfocament al turisme verd s'alinea amb els principis de turisme ecològic i regeneratiu, on la sostenibilitat i el respecte pel medi ambient són essencials. Aquestes experiències no només aporten un valor afegit als visitants, sinó que també juguen un paper vital en la preservació dels ecosistemes únics i valuosos de Foradada.

C.3. Altres Recursos

A Foradada, els recursos turístics es complementen amb iniciatives innovadores i sostenibles, destacant-se pel seu compromís amb la preservació del medi ambient i l'energia renovable.

Un dels elements destacats a Foradada és la cursa "trail lo bunker", una competició esportiva que combina l'art, la història i la natura. Aquesta cursa recorre la ruta "Land Art" i els búnquers del municipi, oferint una experiència única on els participants poden gaudir de l'art i la història local mentre es posen a prova físicament.

A més, Foradada posa un èmfasi especial en l'observació i la fotografia d'aus emblemàtiques en perill d'extinció com l'àguila cuabarrada, el duc i l'aufrany. Aquestes activitats no només ofereixen una oportunitat única per als amants de la natura i la

fotografia, sinó que també contribueixen a la conscienciació sobre la conservació d'aquestes espècies valuoses.

En l'àmbit de la sostenibilitat, Foradada està explorant la creació de diverses iniciatives per promoure la sostenibilitat. Aquestes iniciatives reflecteixen un compromís amb l'ús d'energies renovables i la lluita contra el canvi climàtic.

En resum, la combinació d'aquestes iniciatives innovadores i sostenibles amb l'oferta turística de Foradada conforma un paquet atractiu que no només destaca per la seva bellesa natural i patrimoni cultural, sinó també per la seva orientació cap a la sostenibilitat i la innovació. Aquests recursos ofereixen una visió del futur de Foradada com a destinació turística que respecta i preserva el seu entorn natural, tot contribuint a la lluita contra el canvi climàtic i promovent un model de desenvolupament sostenible.



D. PRODUCTES I SERVEIS TURÍSTICS

D.1. Oferta d'allotjament

D.2. Oferta cultura i de natura

D.3. Oferta de restauració

D.1. Oferta d'allotjament

A Foradada, l'oferta d'allotjaments és variada i adaptada a diferents necessitats i preferències. Entre les opcions disponibles hi ha:

- Hotels: Actualment, el municipi no compta amb cap allotjament d'aquest tipus que faciliti les estades en habitacions, per a grups grans de visitants.
- Lloguers Vacacionals i Cases Rurals: Hi ha disponibles allotjaments rurals que es poden llogar íntegrament. Aquests allotjaments són ideals per a grups, ja que sovint tenen múltiples dormitoris i poden allotjar nombroses persones. També hi ha petits allotjaments amb servei d'habitacions. Ofereixen tots ells una experiència més immersiva a l'entorn rural de Catalunya. Alguns exemples són:
 - Ca la Martona (Rubió)
 - Cal Pau (Marcobau)
 - Casa Alejandro
 - Cal Valeri
 - Cal Cabale
 - Cal Segon

Cada tipus d'allotjament té avantatges propis, depenent de les necessitats del viatger, sigui la comoditat i els serveis o l'experiència local d'un lloguer de vacances, la tranquil·litat i l'espai d'una casa rural.

D.2. Oferta cultural i de natura

Foradada, ofereix una oferta cultural i natural diversificada que destaca la riquesa històrica i la bellesa del seu entorn natural, en línia amb el seu enfocament en el turisme ecològic, regeneratiu i el "Land Art".

Llocs Històrics i Culturals:

- Roca Foradada i l'ermita de Sant Urbà: Una combinació de patrimoni natural i cultural que ofereix vistes espectaculars i un lloc de pau espiritual.
- Coves i Santuari de Salgar: Llocs de gran significat històric i espiritual, perfectes per a la reflexió i l'exploració.
- Castell de Montsonís: Un castell medieval ben conservat, que ofereix visites guiades i activitats educatives.

- Església de Sant Feliu de la Torrota i Castell de Rubió de Baix: Exemples destacats de l'arquitectura religiosa i medieval de la zona.
- Nuclis antics de Foradada, Rubió i Marcovau: Passejades pel patrimoni arquitectònic i cultural dels pobles.
- Ruta del camí del Calvari de Rubió.

Natura i Oci:

- Ruta "Land Art" repartida pels boscos i camps de Foradada, Montsonís i Rubió: Un recorregut artístic en la natura que convida els visitants a interactuar amb obres d'art realitzades amb materials naturals.
- Boscos de ribera al riu Segre i muntanyes del "Munt": Espais naturals ideals per a passejades, observació de la natura, i activitats d'ecoturisme.
- Celler de vins Cel de Rubió: Una experiència enoturística que combina el gust dels vins locals amb la bellesa de l'entorn.
- Búnquers de la Guerra Civil: Un viatge a la història recent, explorant les restes de la Guerra Civil Espanyola.
- Espai de Memorial democràtic a Foradada: A la zona del Collet de Sant Pere, espai d'interpretació de l'L4 la línia de defensa de la serra del Munt i centre d'informació de tota la línia.

Activitats i Esdeveniments:

- Cursa "trail lo bunker": Una activitat esportiva que combina història, natura i cultura.
- Observació i fotografia d'aus emblemàtiques: Activitats de sensibilització ambiental centrades en la conservació d'espècies en perill d'extinció.
- Plantacions i processament de rosa mosqueta i safrà a Rubió: Una oportunitat d'aprendre sobre l'agricultura local i la producció sostenible.

Aquesta oferta cultural i natural de Foradada s'ajusta perfectament als interessos dels turistes que busquen una experiència autèntica, connectada amb la natura i el patrimoni local. La combinació d'història, art, naturalesa i sostenibilitat fa de Foradada una destinació atractiva per als visitants que valoren el turisme conscient i respectuós amb el medi ambient.

D.3. Oferta de restauració

L'oferta de restauració a Foradada, inclou una varietat d'opcions per a diferents gustos i preferències. Alguns dels restaurants destacats a la zona són:

- La Solana
- La Botiga de Montsonís
- El Celler
- Bar de les piscines de Foradada (durant la temporada d'estiu).

L'oferta gastronòmica de la zona és diversa, abastant des de la cuina tradicional fins a opcions més modernes i contemporànies.



E. ÀMBIT TURÍSTIC

E.1. Avaluació de l'àrea turística

E.2. Anàlisis DAFO

E.1. Avaluació de l'àrea turística

Foradada, amb la seva diversitat turística, combina de manera harmoniosa la bellesa natural amb la riquesa cultural i històrica, atraient visitants a les seves zones d'atractiu turístic destacat.

Al nucli de Montsonís, els visitants del castell poden gaudir d'una experiència cultural única, explorant la història medieval i gaudint de vistes panoràmiques des del castell. Aquesta zona és un centre d'atracció per a turistes interessats en la història i l'arquitectura.

En les muntanyes del "Munt" i els voltants, els visitants poden participar en rutes a peu o en bicicleta, seguint la ruta "Land Art", una experiència que combina l'art amb la natura. Aquestes activitats ofereixen als visitants l'oportunitat d'explorar la bellesa natural de Foradada mentre interactuen amb instal·lacions artístiques úniques en el paisatge.

El Santuari de Salgar, amb les seves festes populars com Pasqua, és un altre punt d'interès important. Aquest espai no només és significatiu des del punt de vista religiós i històric, sinó que també ofereix un entorn tranquil per a la reflexió i la contemplació.

La Roca Foradada i l'ermita de Sant Urbà són llocs de gran bellesa natural i interès cultural, proporcionant un entorn ideal per a passejades i contemplació, així com per a la pràctica de fotografia.

A més, Foradada promou el turisme ecològic i regeneratiu mitjançant la cura dels boscos, l'aprofitament silvícola i l'activitat pastoral, tot això integrant-se dins del concepte de "Turisme Slow". Aquest enfocament posa l'accent en la sostenibilitat, el respecte per la natura i la promoció d'un turisme conscient.

La combinació d'aquestes activitats amb l'oferta d'allotjament i serveis per aquest tipus de turisme enriqueix l'experiència dels visitants, permetent-los no només gaudir de la bellesa de Foradada, sinó també participar activament en la conservació i apreciació del seu entorn natural i cultural.

En resum, Foradada ofereix una oferta turística rica i diversa que atrau tant els amants de la natura com als entusiastes de la cultura. Des del seu impressionant paisatge natural fins als seus tresors culturals i històrics, Foradada promet una experiència turística inoblidable, amb un fort compromís amb la sostenibilitat i la conservació del medi ambient.

E.2. Anàlisi DAFO

Basant-nos en l'anàlisi de les Debilitats, les Amenaces, les Fortaleses i les Oportunitats de Foradada i tenint en consideració la informació recopilada en apartats anteriors, presentem una avaluació detallada:

Aspectes Forts (Fortaleses)

En l'anàlisi DAFO de Foradada, identifiquem diverses fortaleses que destaquen el potencial turístic del municipi:

- **Població Jove:** Foradada compta actualment amb força població jove amb "esperit de poble" que contribueix a dinamitzar el municipi. Al Bus escolar hi pugen cada dia 14 infants, indicador clar de la presència d'aquesta població jove.
- **Diversitat d'Atractius Turístics:** Foradada ofereix una rica varietat de recursos turístics, incloent-hi rutes de "Land Art", llocs històrics com el Castell de Montsonís, i espais naturals com la Roca Foradada i l'ermita de Sant Urbà. Això proporciona als visitants una àmplia gamma d'opcions per a l'exploració i l'entreteniment.
- **Natura Variada i Diferents Ecosistemes:** El municipi compta amb un entorn natural diversificat, que inclou muntanyes, rius i camps de conreu. Aquesta varietat d'ecosistemes fa de Foradada un lloc ideal per a l'ecoturisme i el turisme d'aventura.
- **Història i Patrimoni Cultural:** Foradada posseeix un ric patrimoni cultural, amb llocs com el Santuari de Salgar i les esglésies antigues, que aporten un valor històric i cultural significatiu al municipi.
- **Ubicació Estratègica:** Situat a prop de zones d'interès com la serra de Montsec i el riu Segre, Foradada és fàcilment accessible per a turistes i visitants, fent-lo un destí atractiu dins de Catalunya.
- **Compromís amb la Sostenibilitat:** El municipi demostra un fort compromís amb la sostenibilitat i el turisme regeneratiu, amb iniciatives que inclouen la conservació dels seus entorns naturals i la promoció de pràctiques ecològiques.
- **Oferta d'Activitats de Turisme Actiu:** Foradada ofereix una àmplia varietat d'activitats de turisme actiu, incloent-hi senderisme, cicloturisme i observació d'aus, atraient un públic que busca experiències immersives en la natura.

Aquestes fortaleses situen a Foradada com un destí destacat per als visitants que busquen una experiència turística rica, diversa i sostenible, combinant l'aventura, la cultura, la història i la bellesa natural.

Aspectes Febles (Debilitats)

En l'anàlisi DAFO de Foradada, identifiquem diverses debilitats que poden afectar el desenvolupament del seu turisme:

- Restriccions urbanístiques: Hi ha una manca gran d'habitatges al municipi i els condicionaments urbanístics no afavoreixen la creació de nou habitatge.
- Limitada Infraestructura Turística: Foradada enfronta una escassetat relativa de restaurants i allotjaments que puguin acollir un gran nombre de turistes, especialment en temporades altes.
- Connexió Insuficient entre Atractius Turístics i Nuclis de Població: Existeix una falta de connexió, tant física com conceptual, entre els principals atractius turístics, com ara les rutes de "Land Art", i els centres de població. Això pot dificultar l'accés dels turistes a aquests llocs i limitar la seva experiència global.
- Promoció i Visibilitat Limitades: Foradada pot patir per la falta de reconeixement en comparació amb altres destinacions turístiques més populars de Catalunya. Això pot afectar la seva capacitat per atraure visitants nous.
- Dependència de la Temporada: El turisme de Foradada pot ser força estacional, amb una major concentració d'activitats i visitants durant certs períodes de l'any. Això pot limitar l'atractiu del municipi durant les temporades baixes.
- Falta d'Allotjaments Hotelers: L'absència d'hotels a Foradada limita les opcions d'allotjament per als visitants, restringint l'atractiu del municipi per a aquells que busquen estades més tradicionals o còmodes.
- Perill de Degradació de les Obres de "Land Art": Existeix el risc de deteriorament o vandalisme de les instal·lacions de "Land Art", cosa que podria reduir l'atractiu d'aquestes rutes turístiques úniques.

Aquestes debilitats requereixen atenció i estratègies per ser abordades, per tal de millorar l'oferta turística de Foradada i assegurar una experiència de qualitat per als visitants. Solucionar aquests problemes pot ajudar a convertir Foradada en una destinació turística més robusta i atractiva al llarg de tot l'any.

Oportunitats

En l'anàlisi DAFO de Foradada, identifiquem diverses oportunitats que poden ser aprofitades per enfortir i expandir el seu turisme:

- Comunicacions: Foradada està ben situat en l'àmbit de comunicacions, aquesta circumstància pot facilitar tant la vida de les persones com el creixement econòmic del municipi.
- Desenvolupament de l'Ecoturisme: Hi ha una gran oportunitat per ampliar les iniciatives d'ecoturisme a Foradada, aprofitant la seva rica diversitat natural, que inclou boscos, rius i muntanyes. Això pot incloure l'expansió de rutes de senderisme, cicloturisme i activitats de natura.
- Col·laboracions amb Ciutats Properes: Foradada pot crear paquets turístics combinats amb altres municipis i ciutats veïnes, oferint així una experiència més rica i diversa als visitants.
- Esdeveniments i Festivals Culturals: Existeix una oportunitat per potenciar i promoure esdeveniments culturals locals, com festivals, concerts, i celebracions tradicionals, que poden atraure visitants i ressaltar la cultura única de Foradada.
- Turisme Gastronòmic: La promoció de la gastronomia local, que es basa en la rica tradició culinària de la zona, pot ser una gran atracció per als visitants. Això pot incloure la degustació de productes locals com el vi, l'oli d'oliva, i plats tradicionals.
- Promoció de la Sostenibilitat: Promoció d'iniciatives de sostenibilitat i innovació, pot ser un atractiu per als turistes conscients del medi ambient.
- Aprofitament de les Tendències de Turisme Slow i Regeneratiu: Amb l'augment de l'interès per experiències de turisme més sostenibles i respectuoses amb el medi ambient, Foradada té l'oportunitat de posicionar-se com un líder en aquest tipus de turisme.

Aquestes oportunitats ofereixen a Foradada un camí clar cap a la millora de la seva oferta turística, aprofitant la seva rica herència natural i cultural, i el seu compromís amb la sostenibilitat i l'ecologia. Aprofitar aquestes oportunitats pot ajudar Foradada a convertir-se en una destinació turística encara més atractiva i respectuosa amb el seu entorn.

Amenaces

- Parc solar: Hi ha la previsió de construcció d'un parc solar de dimensions reduïdes, que si finalment s'amplia pot esdevindre una amenaça per al paisatge.
- Competència amb Destinacions Populars: El repte de competir amb destinacions més conegudes a Catalunya.
- Canvis Ambientals: Impactes potencials del canvi climàtic en la biodiversitat i atractius naturals.
- Economia i Política: Fluctuacions econòmiques i canvis polítics que poden influir en el turisme.
- Equilibri de Sostenibilitat: Necessitat d'equilibrar el creixement turístic amb la conservació del patrimoni natural i cultural.

Aquesta anàlisi proporciona una visió completa del potencial turístic de Foradada, destacant àrees de fortaleza i identificant oportunitats per al creixement, alhora que reconeix els desafiaments i amenaces que cal abordar.



F. DEFINICIÓ DE L'ESTRATÈGIA I IMPACTE

F1. Consideracions prèvies

F2. Estratègia de promoció turística

F3. Impacte del projecte

F4. Alineació amb els ODS

F.1. Consideracions prèvies

Per a Foradada, la definició d'una estratègia turística efectiva implica la incorporació de factors clau que reflecteixin el seu compromís amb la sostenibilitat, la innovació turística, i la preservació de la seva identitat cultural i natural única.

- **Singularitat i Identitat Distintiva:** Dins del marc de "Terres de Lleida", Foradada pot contribuir a la singularitat de la regió amb un relat construït entre tots els agents turístics. Aquest relat se centrarà en la importància de la preservació del medi ambient, l'activitat agrícola i ramadera, i l'autenticitat dels seus paratges naturals.
- **Innovació en Productes Turístics:** El desenvolupament de noves iniciatives de turisme regeneratiu, com l'art del "Land Art" i les activitats de regeneració i conservació de la natura, aportarà un ventall innovador de productes turístics. Això inclou la creació de rutes de cicloturisme i senderisme que complementen l'oferta de turisme slow.
- **Storytelling i Comunicació Innovadora:** La figura de "Lo Padri" i la representació de "la Marieta" com a símbols de la saviesa local i la conservació del medi ambient, respectivament, formaran la base d'un relat engrescador. Aquesta narrativa ajudarà a atreure nous públics i segments de clients, enriquint l'oferta turística de Foradada.
- **Sensibilització Ecoturística i Desestacionalització:** La creació de productes turístics que fomentin la preservació de l'entorn i la participació en activitats sostenibles com el cicloturisme i el turisme slow contribuirà a desestacionalitzar la demanda turística.
- **Promoció de la Sostenibilitat:** La transició energètica i l'enfocament en la sostenibilitat són elements claus de l'estratègia. Aquests elements no només mostren el compromís amb la sostenibilitat, sinó que també serveixen com a atractius per als turistes interessats en destinacions ecològiques.
- **Conservació del Patrimoni i Educació Mediambiental:** El foment de la conservació del patrimoni natural i cultural, com es demostra en la recuperació d'espais naturals i la promoció de centres d'interpretació, enriqueix l'experiència turística i educa els visitants sobre la importància de la sostenibilitat.

En resum, la definició d'una estratègia turística per a Foradada s'orienta cap a la promoció de la seva identitat única, l'enriquiment de l'oferta turística amb experiències innovadores i sostenibles, i la participació activa en la preservació del seu patrimoni natural i cultural. Aquest enfocament no només atraurà una àmplia gamma de visitants, sinó que també reforçarà el posicionament de Foradada com una destinació turística de referència dins de Catalunya i més enllà.

F.2. Estratègia de promoció turística

Context del Projecte

El projecte s'inscriu dins el Pla estratègic de turisme de Lleida per al període 2023-2026. Aquest marc estratègic busca integrar Foradada dins de l'oferta turística més àmplia del territori, ressaltant les seves característiques úniques i adaptant-se als canvis que han sorgit des de la pandèmia. L'objectiu és millorar contínuament la competitivitat turística de la zona, tenint en compte l'actualització de diagnòstics turístics i la definició d'una visió a llarg termini.

Metodologia

La metodologia d'aquest Projecte de Promoció Turística es basa en la recopilació i anàlisi de dades tant primàries com secundàries, organitzades en quatre fases distintes:

Anàlisi: Estudi profund dels recursos i condicions actuals de turisme a Foradada.

Actualització Diagnòstica: Revisió i actualització de l'estat actual del turisme, tenint en compte canvis recents i tendències.

Definició Estratègica: Creació d'una estratègia basada en els resultats de l'anàlisi i la diagnòstica actualitzada.

Establiment d'Objectius i Eixos de Treball: Identificació d'objectius específics i la creació d'un Pla d'Actuacions i Pressupost per executar l'estratègia.

Missió i Visió

La Missió d'aquesta estratègia és impulsar Foradada com a destinació turística sostenible, on la qualitat, la responsabilitat i la innovació van junts per satisfer les necessitats dels visitants sense comprometre els recursos naturals i culturals locals. La Visió és posicionar Foradada com una referència de turisme sostenible a Catalunya, destacant-se per la seva capacitat d'oferir una experiència turística rica i diversificada que respecta i valora l'entorn local.

Objectius Estratègics

Els objectius estratègics són:

- Sostenibilitat: Fomentar el turisme que respecti i preservi el medi ambient local i la biodiversitat.

- Cogestió: Treballar conjuntament amb diferents stakeholders per a una gestió més eficient del turisme.
- Desenvolupament de Productes: Creació de nous productes turístics que responguin a les demandes actuals del mercat.
- Orientació a Noves Demandes: Adaptar-se a les tendències emergents i les necessitats dels turistes.
- Enfortiment del Coneixement: Millorar la comprensió del sector turístic i les seves dinàmiques.

Directrius per a la Sostenibilitat

Aquesta part de l'estratègia posa un èmfasi especial en anar més enllà de la sostenibilitat tradicional, adoptant un enfocament de regeneració. Això inclou educació sobre sostenibilitat, promoció de l'ús d'energies renovables, desenvolupament d'infraestructures sostenibles, i l'avaluació contínua de la sostenibilitat a través d'indicadors específics. L'objectiu és no només preservar, sinó millorar l'entorn natural i la qualitat de vida dels residents, i fer que els visitants en siguin participants i a la vegada actors d'aquesta millora, tot fent de Foradada un exemple de sostenibilitat en l'àmbit turístic.

En conjunt, aquesta estratègia representa un enfocament holístic cap a la promoció turística a Foradada, destacant la importància de la sostenibilitat, la participació comunitària, la innovació en productes turístics, i la formació i recerca en el sector. Aquesta estratègia aspira no només a augmentar la visibilitat i atractivitat de Foradada com a destinació turística, sinó també a assegurar que el seu desenvolupament turístic es realitza de manera responsable i sostenible.

F.3. Impacte del projecte

El projecte de promoció turística a Foradada tindrà un impacte significatiu en diversos aspectes clau de la destinació, tot millorant la seva competitivitat i oferint noves oportunitats de desenvolupament. Aquí tenim una visió detallada dels efectes esperats:

Millora de la Competitivitat del Sector

El projecte pretén augmentar la competitivitat del sector turístic local. Es preveu un increment en les vendes, així com una major atracció de clients durant tot l'any, gràcies a l'establiment de sinergies amb el sector comercial i el teixit associatiu. Aquesta col·laboració permetrà diversificar l'oferta turística i potenciar la despesa i el marge de benefici.

Innovació en l'Oferta Turística

Es desenvoluparan nous productes turístics innovadors i desestacionalitzats, enfocats en l'ecologia i la gestió sostenible. Aquests productes buscaran augmentar el temps d'estada dels visitants i millorar la rendibilitat, atraient un públic més ampli i divers.

Augment de la Visibilitat i del Consum

Mitjançant l'ús de material promocional nou i atractiu, es preveu un augment en el reconeixement i consum dels productes i serveis turístics de Foradada. La promoció eficaç contribuirà a una major visibilitat de la destinació entre el públic objectiu.

Innovació en Comunicació

La comunicació serà clau en aquesta estratègia, amb l'ús d'eines digitals innovadores, estratègies de posicionament en línia i accions centrades en la promoció comercial. Aquest enfocament ajudarà a posicionar Foradada com una destinació de referència en el món digital.

Millora de la Imatge

La creació d'un relat comú o "storytelling" identitari entre els diferents agents turístics contribuirà a potenciar la imatge de Foradada. Aquesta narrativa compartida reforçarà la cohesió i la identitat de la destinació.

Governança Turística

Es preveu una millora en la governança turística amb la implementació de noves estructures i estratègies de gestió. Aquestes inclouen la creació de grups o clubs dedicats al desenvolupament de productes turístics, que ajudaran a liderar i orientar les iniciatives de promoció.

En resum, aquest projecte de promoció turística a Foradada aspira a transformar la destinació en un model de turisme sostenible, innovador i atractiu per a un ampli espectre de visitants. Mitjançant la combinació d'iniciatives estratègiques i una gestió eficient, el projecte té el potencial de revolucionar l'experiència turística a Foradada i contribuir significativament al seu desenvolupament econòmic i cultural.

F.4. Alineació amb els ODS

L'alineació del projecte de promoció turística de Foradada amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de les Nacions Unides es manifesta a través de diverses iniciatives i accions específiques:

- ODS 3: Garantir una vida sana i promoure el benestar: A través del foment del turisme actiu i a l'aire lliure, com les rutes de "Land Art", senderisme i cicloturisme, Foradada promou estils de vida saludables i el benestar físic i mental dels visitants i residents.
- ODS 4: Garantir educació inclusiva, equitativa i de qualitat: Iniciatives educatives com el centre d'interpretació i les rutes culturals i històriques ofereixen oportunitats d'aprenentatge sobre la naturalesa, cultura i història local, accessible per a totes les edats.
- ODS 5: Aconseguir igualtat de gènere i empoderar dones i nenes: Mitjançant la promoció de figures com "la Marieta" i les històries locals, es busca empoderar dones i nenes, destacant el seu paper en la cultura i la història.
- ODS 7: Garantir l'accés a una energia assequible, segura, sostenible i moderna per a tothom: Promoció de diverses iniciatives de sostenibilitat.
- ODS 8: Promoure creixement econòmic sostingut, inclusiu i sostenible: El suport a productes locals i el sector agrícola i turístic impulsarà l'economia local, creant ocupació i fomentant un creixement econòmic inclusiu i sostenible.
- ODS 9: Construir infraestructures resilients, promoure industrialització inclusiva i sostenible i la innovació: La incorporació de tecnologies sostenibles i pràctiques innovadores en turisme i governança local contribueixen a aquest objectiu.
- ODS 11: Ciutats i assentaments humans inclusius, segurs, resilents i sostenibles: Les iniciatives de conservació i regeneració de l'entorn natural, com la protecció dels espais naturals i la promoció d'un turisme responsable, contribueixen a crear entorns sostenibles i resilents.
- ODS 12: Modalitats de consum i producció sostenibles: El foment del consum de productes locals i la consciència sobre un turisme sostenible reflecteixen aquest objectiu.
- ODS 15: Protegir, restaurar i promoure l'ús sostenible dels ecosistemes terrestres: Les accions per conservar la biodiversitat, com les activitats d'observació d'aus i la protecció d'espais naturals, s'alineen amb aquest objectiu.

La integració d'aquests ODS en la promoció turística de Foradada no només emfatitza un turisme més responsable i sostenible, sinó que també contribueix al benestar social, econòmic i ambiental de la comunitat local i els visitants. Aquest enfocament integral cap a la sostenibilitat és clau per assegurar un futur resilient i pròsper per a Foradada i els seus habitants.



G. PÚBLIC, MERCAT I COMPETITIVITAT

G.1. Anàlisi de la demanda

G.2. Públic objectiu

G.3. Agents participants

G.1. Anàlisi de la demanda

L'anàlisi de la demanda turística a Foradada identifica diversos segments de mercat que són atrets pels seus atractius únics:

- **Turisme Familiar:** Foradada és ideal per a famílies que busquen experiències educatives i recreatives en un entorn natural. Les activitats a l'aire lliure com el senderisme, cicloturisme, i les rutes de "Land Art", atrauen famílies interessades en la natura i la cultura.
- **Turistes de Natura i Ecoturisme:** El municipi és un destí popular per a amants de la natura i aficionats a l'ecoturisme, atraient visitants interessats en les rutes naturals, l'observació d'aus, i la biodiversitat local.
- **Visitants Culturals i Històrics:** Els llocs històrics, com el Castell de Montsonís, l'ermita de Sant Urbà, i els nuclis antics, juntament amb activitats culturals, atrauen visitants interessats en la història i la cultura.
- **Turistes Gastronòmics:** La gastronomia local i les experiències enoturístiques, com les visites al Cellar de vins Cel de Rubió, atrauen foodies i aficionats a la cuina.
- **Turistes de Proximitat i Visitants de Dia:** Foradada atrau visitants de ciutats properes i regions veïnes de Catalunya i França, buscant experiències rurals i autèntiques.
- **Turistes Sènior i Singles:** Aquests grups troben a Foradada un entorn acollidor i tranquil, ideal per a vacances relaxants i enriquidores.
- **Noves Generacions:** Joves aventurers i ecoturistes s'atrauen per les activitats de turisme actiu i sostenible que ofereix Foradada.
- **Interessats en Art i Tradicions:** Els aficionats a l'art i la cultura són atrets pel "Land Art" i les tradicions locals, trobant a Foradada un lloc on l'art i la naturalesa es combinen.
- **Intermediaris Turístics i Professionals del Sector:** Agències de viatges, associacions, i mitjans de comunicació especialitzats en oci i viatge troben a Foradada un destí atractiu per a promocionar a causa de la seva diversitat i singularitat.

Foradada, amb la seva varietat d'atractius i activitats, s'adapta a les necessitats d'un ampli espectre de turistes. La combinació d'entorns naturals, patrimoni cultural, gastronomia, i experiències úniques en ecoturisme i "Land Art", fa de Foradada una destinació turística competitiva i atractiva tant en l'àmbit local com internacional.

G.2. Públic objectiu

L'estratègia de promoció turística de Foradada es dirigeix a dos públics principals, amb objectius i enfocaments específics per a cada un:

1) Enfocament cap als Agents Turístics i el Sector Comerç (Màrqueting intern).

L'estratègia de promoció turística de Foradada es dirigeix a dos públics principals, incloent-hi un enfocament específic cap als agents turístics i el sector de comerç a través del màrqueting intern:

- **Millora de la Competitivitat del Sector Turístic:** L'objectiu principal és augmentar la competitivitat del sector turístic local a Foradada. Això inclou la formació de professionals, el desenvolupament de nous productes turístics i la millora de l'oferta existent.
- **Públic Target:** L'estratègia és dirigida a una àmplia gamma de professionals, incloent-hi agents turístics, comerciants, proveïdors de serveis turístics, així com particulars i empreses tant públiques com privades que operen a Foradada i la seva rodalia.
- **Àrea d'Enfocament:** La iniciativa se centra en el municipi de Foradada i les àrees circumdants, amb l'objectiu d'optimitzar les oportunitats locals i de fomentar la cooperació entre els diferents actors del sector turístic.
- **Aficions i Interessos Relacionats:** L'enfocament es dirigeix a aquells interessats en el turisme sostenible, ecologia, art, cultura i esports en contacte amb la natura. Això inclou empreses i entitats en sectors com el turisme, serveis, comerç, reciclatge, silvicultura, economia circular, alimentació i comunicació.
- **Desenvolupament de Nous Productes Turístics:** A través de la col·laboració i la innovació, es busca crear productes turístics que responguin als interessos actuals dels visitants, com l'ecoturisme, el "Land Art", i activitats culturals i històriques.
- **Formació i Capacitació:** Proporcionar formació als agents del sector turístic per millorar les seves competències i coneixements en àrees com el màrqueting digital, gestió sostenible, i atenció al client.

Aquest enfocament de màrqueting intern no només busca millorar la qualitat i l'atractiu de l'oferta turística de Foradada, sinó també capacitar els professionals locals perquè puguin oferir una experiència més rica i diversificada als visitants. L'objectiu és fomentar un turisme sostenible i integral que beneficiï tant als residents com als visitants.

2) Enfocament al visitant. Millora del Material i Accions de Promoció Comercial (Màrqueting extern).

L'estratègia de màrqueting extern per a Foradada se centra en la millora del material promocional i les accions de promoció comercial per atraure i satisfer un ventall variat de visitants:

- **Públic Objectiu:** L'enfocament és dirigit cap al turisme familiar, sènior, singles i noves generacions. Es busca atendre les necessitats i interessos d'aquests grups, oferint experiències diverses que responguin a les seves expectatives.
- **Àrees de Focalització:** La promoció està orientada cap a regions amb grans poblacions com Barcelona i la seva àrea metropolitana i territoris de França. L'objectiu és atraure turistes tant en l'àmbit nacional com internacional que busquen experiències úniques i personals.
- **Aficions i Activitats:** La proposta turística inclou senderisme, cicloturisme, slow food, slow driving, camper, art, animals, tradicions i cultura. Es pretén captar aquells interessats en una varietat d'activitats en contacte amb la natura i la cultura local.
- **Material i Accions de Promoció Comercial:** El desenvolupament de material promocional, com guies, tríptics, i presència en xarxes socials, es dirigeix a destacar les activitats i atractius únics de Foradada. Això inclou la promoció de rutes de "Land Art", l'oferta enoturística i les experiències culturals i històriques.
- **Interacció amb Intermediaris Turístics:** La col·laboració amb agències de viatges, intermediaris turístics i oficines de turisme és clau per a expandir l'abast de la promoció turística. Aquests socis poden ajudar a difondre la varietat i singularitat de l'oferta de Foradada.
- **Uso de Mitjans de Comunicació Especialitzats:** El treball amb mitjans de comunicació dedicats al món de l'oci i els viatges pot augmentar la visibilitat de Foradada, atraient nous visitants i expandint el seu mercat turístic.

En resum, l'estratègia de màrqueting extern de Foradada busca crear una oferta turística atractiva i sostenible que enriqueixi l'experiència dels visitants i, al mateix temps, contribueixi al desenvolupament econòmic i cultural del municipi. A través d'aquest enfocament, Foradada es posiciona com una destinació turística diversificada i atractiva en l'àmbit local i internacional.

G.3. Agents participants

L'estratègia de promoció turística de Foradada implica la col·laboració d'una àmplia gamma d'agents, tant del sector públic com del privat. Aquesta col·laboració multifacètica és fonamental per al desenvolupament i l'èxit del projecte turístic.

Participants en Accions de Formació i Promoció

Els següents agents, col·laborant amb l'Ajuntament de Foradada juguen un paper clau en la formació i les accions promocionals:

- Consell Comarcal de la Noguera: Contribueix amb recursos i suport en la planificació i implementació de projectes turístics.
- Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida: Ofereix orientació i suport en matèria de promoció i desenvolupament turístic.
- Agència Catalana de Turisme: Proporciona suport i recursos per a la promoció turística a nivell més ampli, cobrint tota Catalunya.

Participants en la Creació de Productes

Diverses associacions i entitats locals col·laboren en la creació de productes turístics:

- Associacions: "Trail lo Bunker", Joves de Foradada, Dones del municipi
- Associació per la Salvaguarda de la Biodiversitat i la Natura. "La Sabina"
- Fundació Castells Culturals de Catalunya
- Establiments del sector
- Paisatges de Ponent
- Empresa Castells de Lleida, S.L.
- Empresa de Plantacions i processament de rosa mosqueta i safrà a Rubio, Serralavall

Club de Producte i Direcció de Producte

El projecte contempla la constitució d'un Club de Producte, dirigit per un director de Producte. Aquesta figura serà clau per:

- Impulsar la governança del desenvolupament turístic a Foradada.
- Augmentar la competitivitat del municipi com a destinació turística.
- Coordinar la informació, el desenvolupament de productes ecoturístics, la comunicació i la promoció comercial.

Secretaria Tècnica

Una secretaria tècnica, amb funcions d'assessoria turística, serà contractada, en el marc de l'aplicació del projecte, per:

- Coordinar i millorar l'eficiència i eficàcia en la implementació del pla d'actuacions.
- Portar a terme algunes de les actuacions específiques dins del marc del projecte turístic.

Aquesta estructura de col·laboració i governança assegura que el desenvolupament turístic de Foradada sigui inclusiu, ben coordinat i orientat cap a objectius clars. La participació de diversos agents garanteix una visió àmplia i un enfocament holístic, essencials per crear una destinació turística sostenible, atractiva i competitiva.



H. OBJECTIUS: GENERAL I ESPECÍFICS

H.1. Objectiu General

H.2. Objectiu Específics

H.2.1 Objectiu específic 1

H.2.1.1 Accions associades

El Projecte de Promoció Turística de Foradada s'inscriu dins del marc d'un model turístic sostenible i regeneratiu, amb l'objectiu de millorar la competitivitat turística del municipi a través de l'excel·lència.

Per arribar a aquest objectiu general plantejat caldrà portar a terme una sèrie d'accions que es descriuen dins de cada apartat.

H.1. Objectiu General

H.1.1. Turisme Sostenible i Regeneratiu

El projecte de promoció turística de Foradada s'orienta cap a un model turístic sostenible i regeneratiu, amb l'objectiu de millorar la competitivitat turística del municipi a través de l'excel·lència i la sostenibilitat.

- **Regeneració Ambiental Activa:** Aquest enfocament va més enllà de la mera sostenibilitat, adoptant pràctiques regeneratives que assegurin una millora activa de l'entorn. Exemples d'això inclouen la Cursa "trail lo bunker", que combina esport amb la valorització del patrimoni històric i artístic, i projectes de conservació de la natura com la protecció de les aus emblemàtiques en perill d'extinció.
- **Educació sobre Sostenibilitat i Accions Regeneratives:** Es farà pedagogia sobre la sostenibilitat i les accions regeneratives, incloent-hi la sensibilització de tots els agents locals. Això implica integrar la sostenibilitat en l'experiència turística, des de l'oferta d'allotjament fins a les activitats recreatives.
- **Aprofitament del Paisatge per a Energies Renovables:** Foradada pot utilitzar el seu paisatge únic per fomentar l'ús d'energies renovables i el desenvolupament d'infraestructures sostenibles. Això inclou la integració de la mobilitat sostenible i l'ús d'energies netes.
- **Avaluació Contínua de la Sostenibilitat i Regeneració:** Implementarà un sistema per mesurar i avaluar la sostenibilitat i la regeneració, usant indicadors específics. Això assegurarà millores contínues i l'adopció de pràctiques sostenibles a tots els nivells.
- **Valorització dels Espais Naturals Protegits:** Es destacarà la importància dels espais naturals protegits com el Munt i l'entorn de Salgar. Aquesta valorització inclourà la promoció de rutes de senderisme i cicloturisme que permetin als visitants gaudir d'aquests espais de manera sostenible.

- Integració amb el Paisatge Local: Les activitats turístiques es dissenyaran per integrar-se harmònicament amb el paisatge local, incloent-hi els boscos de ribera al riu Segre i les muntanyes del "Munt".

Aquest enfocament integral vers el turisme sostenible i regeneratiu no només millorarà l'oferta turística de Foradada, sinó que també contribuirà a la conservació de l'entorn natural i cultural del municipi, oferint als visitants una experiència enriquidora i respectuosa amb el medi ambient.

ACCIÓ ASSOCIADA:

H.1.1.1. Concertar el suport d'una secretaria tècnica:

La incorporació d'una secretaria tècnica és essencial per comptar amb el suport d'un assessorament estratègic que faciliti, durant el període d'implementació del Projecte de Promoció Turística, l'aplicació i el desenvolupament efectius d'aquest. Aquesta secretaria tècnica, treballant en estreta col·laboració amb el municipi de Foradada i els diferents agents i actors locals, coordinarà la globalitat del projecte. Aquesta col·laboració inclou la gestió i execució de les accions específiques referides en el projecte, així com la posada en marxa de les bases per a la continuïtat de la nova dinàmica basada en el turisme sostenible i regeneratiu. L'objectiu principal és assegurar que l'impacte positiu i les innovacions introduïdes pel projecte perdurin més enllà de la seva finalització oficial, creant així un llegat sostenible i beneficis per al municipi de Foradada.

H.2. Objectius específics.

H.2.1. Corresponsabilitat i cogestió.

Enfortiment de la cogestió fomentant la corresponsabilitat dels actors del sistema turístic a Foradada, treballant a la vegada per a una millor governança.

ACCIONS ASSOCIADES:

H.2.1.1. Mapa d'actors turístics

- Elaborar un mapa d'actors per tipologia d'activitats del municipi de Foradada i la seva àrea d'influència: Es procedirà a l'elaboració d'un mapa d'actors per tipologia d'activitats a Foradada i la seva àrea d'influència, incloent-hi municipis veïns com Artesa de Segre. Aquest mapa identifica i classifica els diferents agents involucrats en el sector turístic, des de negocis locals i associacions culturals fins a institucions

públiques, dins del municipi de Foradada i en aquests municipis del voltant. L'objectiu és comprendre millor la xarxa de col·laboracions i influències que afecten directament o indirectament el turisme a Foradada i la seva àrea d'influència, permetent així una gestió i planificació més eficients i orientades a les necessitats i oportunitats específiques del territori.

H.2.1.2. Sinergies sectorials

Augmentar la comunicació i la creació d'estratègies comunes al sector turístic, i també amb la resta de sectors del municipi (agrícola, ramader, etc.).

H.2.1.3. Turisme inclusiu i participatiu

Promoure un model turístic més inclusiu amb la població local, integrant el resident en el seu desenvolupament, amb dinàmiques de caràcter regeneratiu i de participació activa, i millorant la seva qualitat de vida.

H.2.1.4. Impuls a la col·laboració local

Fomentar la creació de grups de treball a escala local, així com noves rutines o metodologies per avançar en les reunions i el treball conjunt públicoprivat.

H.2.2. Producte innovador i sostenible.

Foment de la creació de producte i experiències turístiques innovadores i sostenibles al municipi.

ACCIONS ASSOCIADES:

H.2.2.1. Impuls a productes clau sostenibles

Identificar productes amb força o tractors que siguin inspiradors per al territori i alhora es desenvolupin de manera sostenible.

H.2.2.2. Coordinació i redistribució de l'oferta turística

Augmentar la coordinació entre diferents iniciatives de promoció turística, potenciant-la i desestacionalitzant l'oferta.

H.2.2.3. Estímul a la innovació turística multisectorial

Fomentar espais de trobada multisectorials per tal d'estimular la creació i renovació de producte turístic amb els sectors que generen experiències (sector ramader, agrari...), facilitant també que aquests productes transcendeixin els àmbits territorials.

H.2.2.4. Gestió del límit turístic per a la sostenibilitat

Conèixer la capacitat de càrrega de cada producte i experiència turística al municipi per tal d'evitar la seva sobreexplotació, sent molt realista entre les experiències existents i la promoció que es fa.

H.2.3. Orientació a la demanda afí.

Orientació del municipi als nous perfils de la demanda afins a la visió definida.

ACCIONS ASSOCIADES:

H.2.3.1. Adaptació estratègica al perfil del visitant

Definir la tipologia del visitant i adaptar l'estratègia de captació de demanda sobre la base de noves necessitats, personalització, tendències i perfils, tant en la comunicació com en l'oferta.

H.2.3.2. Optimització del relat turístic mitjançant dades fiables

Disposar de dades, indicadors i informació dels visitants actualitzada, concreta i fiable de l'activitat turística al municipi que ajudi a definir el seu relat turístic.

H.2.3.3. Captació de visitants conscients i compromesos

Cercar un perfil de visitant respectuós, sensible a la natura i els seus components (turisme actiu, ecoturisme, etc.), a la cultura i el coneixement del territori, abraçant nous conceptes potencials a desenvolupar com la regeneració.

H.2.4. Desenvolupament i aplicació de coneixement.

Desenvolupament de les capacitats del talent humà al sector turístic de la destinació.

ACCIONS ASSOCIADES:

H.2.4.1. Impuls a la formació especialitzada i sostenible en turisme

Detectar les principals mancances de coneixement al sector i potenciar una formació especialitzada en tots els àmbits des del mateix sector turístic, incorporant la variable de la sostenibilitat i el turisme regeneratiu.

H.2.4.2. Professionalització i valorització del capital humà en turisme

Professionalitzar el capital humà que treballa en turisme, per agregar valor al desenvolupament i la percepció del sector com a carrera professional, adaptant l'ensenyança a les noves tendències i realitats del sector.

H.2.4.3. Valorització del patrimoni local com a motor d'acollida

Fomentar la recuperació, preservació i valoració del coneixement/saviesa popular, cultura rural i la memòria local, fent que aquesta valoració sigui motor d'acollida.

H.2.4.4. Foment de sinèrgies per a la compartició de recursos i coneixements

Buscar sinèrgies dins el sector per compartir recursos i coneixements, apropant l'empresariat a la formació de nous talents, tendències i sistemes de treball.

H.2.4.5. Implementació d'un sistema d'avaluació i millora contínua

Posar en marxa un sistema per avaluar els diferents resultats obtinguts i les millores aconseguides mitjançant indicadors, per tal de poder incorporar millores de manera continuada.



I. PLA D'ACTUACIONS

H.2.1 Objectiu específic

H.2.1.1 Acció

H.2.1.1.1 Actuació

I.1. Objectius, accions i actuacions

El seguit d'accions descrites anteriorment per l'acompliment dels objectius generals i específics, comporten una sèrie d'actuacions precises que es detallen a continuació.

Comporten totes les actuacions específiques a realitzar a través del proveïment de serveis de la Secretaria Tècnica i dels altres proveïdors de serveis.

Actuacions dins de l'Objectiu General: Turisme Sostenible i Regeneratiu (H.1.1)
H.1.1.1.1. Contractació Secretaria Tècnica.
H.1.1.1.2. Direcció, Coordinació i Execució d'Actuacions.

H.1.1.1.1. Contractació Secretaria Tècnica: Es procedirà a la contractació d'una secretaria tècnica per 6 mesos, coincidint amb la durada de la implantació del Projecte de Promoció Turística a Foradada. Per a aquesta tasca, es recomana emfàticament la contractació d'una empresa o entitat que tingui anys d'experiència en la promoció i comercialització turística en l'àmbit rural, especialment aquelles que han desenvolupat i continuen desenvolupant la seva activitat dins de la demarcació de Lleida. Aquesta entitat hauria de tenir un bagatge comprovat en consultoria estratègica en el món del turisme, un coneixement profund del territori i experiència prèvia treballant amb les alcaldies dels municipis. Aquest enfocament assegura que la secretaria tècnica seleccionada tingui la capacitat i els coneixements necessaris per impulsar amb èxit el projecte turístic de Foradada, aprofitant la seva comprensió detallada del context local i les necessitats específiques del turisme regeneratiu.

La funció de la Secretaria Tècnica serà essencial per al desenvolupament del Projecte de Promoció Turística de Foradada. Aquesta figura d'assessoria estratègica serà clau i tindrà les responsabilitats següents:

H.1.1.1.2. Direcció, Coordinació i Execució d'Actuacions: La Secretaria Tècnica serà el motor central del projecte, encarregada de dirigir i coordinar totes les activitats relacionades amb el projecte turístic. Les seves responsabilitats inclouen:

- **Planificació Estratègica:** Definició clara dels objectius i l'establiment d'un pla d'acció detallat per assolir-los, assegurant que totes les iniciatives del projecte estiguin alineades amb la visió de turisme sostenible i regeneratiu de Foradada.

- **Gestió i Coordinació:** Maneig eficaç dels recursos, coordinació amb diferents agents i actors involucrats, i assegurament que totes les parts treballin de manera sincronitzada cap als mateixos objectius.
- **Implementació i Supervisió:** Supervisió activa de l'execució del projecte, garantint que les activitats es realitzin segons el pla i s'ajustin segons les necessitats emergents.
- **Comunicació i Relacions Públiques:** Gestió de la comunicació tant interna com externa, assegurant que tots els agents involucrats estiguin informats i compromesos, així com la promoció efectiva del projecte als mitjans, visitants potencials i la comunitat local.
- **Avaluació i Report d'Avanços:** Monitoratge continu del progrés del projecte, avaluació del seu impacte i report d'avanços, assegurant transparència i possibilitat d'ajustaments quan sigui necessari.

La presència d'una Secretaria Tècnica amb aquestes capacitats és crucial per garantir que el Projecte de Promoció Turística no només es desenvolupi amb eficàcia, sinó que també maximitza el seu impacte positiu tant per als visitants com per a la comunitat de Foradada. Amb aquesta figura clau, el projecte pot avançar de manera coordinada, estratègica i sostenible, assegurant que els beneficis del turisme s'estenguin més enllà dels límits tradicionals i contribueixin significativament al benestar del territori.

A més de dirigir i coordinar totes les activitats relacionades amb el projecte turístic amb les responsabilitats que comporten, realitzarà la següent sèrie d'actuacions incloses dins del llistat general:

Resum d'actuacions a dur a terme per part de la Secretaria Tècnica	
H.2.1.1.1. Inventari activitats.	H.2.2.1.1. Inventari productes força.
H.2.1.1.2. Mapa d'actors.	H.2.2.1.2. Creació producte turístic.
H.2.1.1.3. Selecció d'actors.	H.2.2.2.1. Disseny Pla Senyalització.
H.2.1.2.1. Construcció de relat.	H.2.2.3.1. Trobada anual multisectorial.
H.2.1.2.2. Pla de Comunicació Interna.	H.2.2.4.1. Anàlisi de capacitat de càrrega.
H.2.1.2.3. Comunicacions amb el relat.	H.2.3.1.1. Anàlisi i definició públic objectiu.
H.2.1.3.1. Disseny d'activitats de turisme regeneratiu.	H.2.3.1.2. Pla de comunicació Externa.
H.2.1.3.2. Preparació 4 esdeveniments / any.	H.2.3.1.4. Adaptació punt d'informació.

H.2.1.4.1. Creació Club i director de Producte.	H.2.3.3.1. Integració model Biosphere.
H.2.1.4.2. Disseny Governança.	H.2.3.3.2. Comunicació Model Biosphere.
H.2.1.4.3. Aplicació Governança.	H.2.4.1.1. Detecció necessitats de formació.
	H.2.4.1.2. Coordinació formació sectorial.
	H.2.4.2.1. Coordinació formació professional.
	H.2.4.3.1. Posta en valor coneixement local.
	H.2.4.4.1. Sinergies amb el sector.
	H.2.4.5.1. Control Implantació i Testatge rendiment.

Actuacions a dur a terme per la Secretaria Tècnica dins de l'objectiu específic de la Corresponsabilitat i cogestió (H.2.1)	
H.2.1.1 Mapa d'actors turístics	H.2.1.1.1. Inventari activitats.
	H.2.1.1.2. Mapa d'actors.
	H.2.1.1.3. Selecció d'actors.
H.2.1.2 Sinergies sectorials	H.2.1.2.1. Construcció de relat.
	H.2.1.2.2. Pla de Comunicació Interna.
	H.2.1.2.3. Comunicacions amb el relat.
H.2.1.3 Turisme inclusiu i participatiu	H.2.1.3.1. Disseny d'activitats de turisme regeneratiu.
	H.2.1.3.2. Preparació 4 esdeveniments /any.
H.2.1.4 Impuls a la col·laboració local	H.2.1.4.1. Creació Club i director de Producte.
	H.2.1.4.2. Disseny Governança.
	H.2.1.4.3. Aplicació Governança.

Enfortiment de la cogestió fomentant la corresponsabilitat dels actors del sistema turístic al municipi, treballant a la vegada per a una millor governança.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.1.1 Mapa d'actors turístics**

H.2.1.1.1. Inventari activitats. Inventariar les diferents tipologies d'activitats del municipi i la seva àrea d'influència que tinguin una relació amb el seu desenvolupament econòmic i social.

H.2.1.1.2. Mapa d'actors. Identificar, inventariar i fer el mapatge dels diferents actors amb la seva vinculació a cada tipologia d'activitat, entre d'altres que puguin sorgir:

Consell Comarcal Noguera · Patronat Turisme. Diputació de Lleida · Agència Catalana de Turisme (ACT), Associacions: "Trail lo Bunker", Joves de Foradada, Dones del municipi, Associació per la Salvaguarda de la Biodiversitat i la Natura. "La Sabina", Fundació Castells Culturals de Catalunya, Establiments del sector, Paisatges de Ponent, Empresa Castells de Lleida, S.L.

H.2.1.1.3. Selecció d'actors. Seleccionar aquells actors amb les seves activitats que puguin formar part d'un club de producte que dinamitzi el desenvolupament turístic del municipi.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.1.2 Sinergies sectorials**

H.2.1.2.1. Construcció de Relat:

Dins de "Terres de Lleida", es contribuirà a la singularitat necessària i distintiva, amb el relat construït entre tots els agents com a estratègia i element principal identitari.

Aquest relat girarà al voltant de la importància de la preservació del Medi Ambient i l'activitat agrícola i ramadera entre uns paratges de gran bellesa i autenticitat, a través del fil conductor de les escultures de "Land Art" i de les activitats de regeneració i conservació de la natura, com a nous i innovadors productes turístics que promouran un "turisme regeneratiu".

El relat innovador i el seu storytelling amb la saviesa de "Lo Padrí" i la figura de "la Marieta" controladora de plagues, vinculat a l'energia, el senderisme i cicloturisme, la conservació dels ecosistemes (àguila cuabarrada, duc, aufrany...) que conviu amb el "Land Art" i la comunicació innovadora associada a aquest relat, aportarà nous públics i nous segments de clients a l'oferta turística de la destinació de Foradada.

H.2.1.2.2. Pla de Comunicació Interna:

- Es crearà un Pla de Comunicació Interna basat en aquest relat per a fomentar una major integració de la narrativa en la comunicació diària del municipi.
- El pla reforçarà la identitat local i promourà la consciència sobre el ric patrimoni natural i cultural, incloent-hi espais com les muntanyes del "Munt", els boscos de ribera al riu Segre, i les iniciatives de sostenibilitat.

H.2.1.2.3. Comunicacions amb el Relat:

- Es desenvoluparà una estratègia de comunicació perquè el sector turístic i altres sectors rellevants incorporin aquest relat en les seves pròpies comunicacions.
- Aquesta estratègia estarà dissenyada per reforçar la imatge de Foradada com a destinació sostenible i regenerativa, destacant els seus atractius turístics, la seva biodiversitat, i el seu compromís amb la sostenibilitat.

Aquestes accions ajudaran a consolidar la imatge del municipi com una destinació turística singular i sostenible, reforçant al mateix temps la seva identitat dins del marc turístic regional i promocionant una consciència col·lectiva sobre el seu valor i potencial turístic.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.1.3 Turisme inclusiu i participatiu**

H.2.1.3.1. Disseny d'Activitats de Turisme Regeneratiu:

- A Foradada, es dissenyaran quatre activitats anuals de caràcter regeneratiu que involucrin la comunitat local en la millora de la seva qualitat de vida, així com en la promoció d'un turisme sostenible. Aquestes inclouran: neteja dels boscos per evitar incendis, manteniment de les figures de Land art, neteges de les vores del riu Segre, erradicació d'espècies invasores als boscos, tractaments ecològics per disminuir plagues com el "banyarriquer del roure" (*Cerambyx cerdo*).
- L'objectiu és que aquestes activitats no només enriqueixin el municipi, sinó que també es converteixin en atractius productes turístics.

H.2.1.3.2. Preparació de 4 Esdeveniments/Any:

Cada trimestre, Foradada acollirà un esdeveniment que posarà en pràctica aquestes activitats regeneratives, involucrant tant a residents com a visitants. Aquests esdeveniments podrien coincidir, per una banda, amb la Setmana Cultural i per altra incloure la cursa "trail lo bunker" que recorre la ruta land art i els búnquers del municipi, Observació i fotografia d'aus emblemàtiques en perill d'extinció com l'àliga cuabarrada, Duc o aufrany. Una jornada de plantació d'arbres per reforçar la biodiversitat local, o un mercat de productes locals que promogui les cooperatives agrícoles i l'energia renovable del municipi.

Cada un d'aquests esdeveniments servirà com a plataforma per a l'aprenentatge i la pràctica immersiva, reforçant el compromís de Foradada amb un turisme regeneratiu i sostenible.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.1.4 Impuls a la col·laboració local**

H.2.1.4.1. Creació Club i director de Producte.

A Foradada, es formarà un "Club de Producte" integrat per actors clau del municipi, com empresaris locals i grups culturals. La figura d'un "director de Producte" serà establerta per liderar aquest club, assegurant una gestió eficient i la promoció de productes turístics únics que reflecteixin la identitat i els valors de Foradada. Aquesta iniciativa fomentarà la col·laboració entre el sector públic i privat, optimitzant l'oferta turística del municipi.

H.2.1.4.2. Disseny Governança.

Es dissenyarà el desenvolupament d'un sistema de governança turística específic per a Foradada, que inclourà protocols per a la col·laboració efectiva entre diferents agents i la integració de les iniciatives de turisme sostenible i regeneratiu. Aquest sistema de governança facilitarà la presa de decisions i la implementació de polítiques turístiques que beneficiïn tant els residents com els visitants.

H.2.1.4.3. Aplicació Governança.

Es proporcionarà suport actiu per a la implementació del nou sistema de governança a Foradada. Això inclou la formació dels membres del Club de Producte, la divulgació de les noves rutines de treball i l'assistència en l'organització i realització de les reunions, assegurant que totes les parts implicades treballin harmoniosament per a un desenvolupament turístic inclusiu i sostenible.

Actuacions a dur a terme per la Secretaria Tècnica* dins de l'objectiu específic del Producte innovador i sostenible (H.2.2)	
H.2.2.1 Impuls a productes clau sostenibles	H.2.2.1.1. Inventari productes força.
	H.2.2.1.2. Creació producte turístic.
H.2.2.2 Coordinació i redistribució de l'oferta turística	H.2.2.2.1. Disseny Pla Senyalització.
	* H.2.2.2.2. Aplicar Pla senyalització.
H.2.2.3 Estímul a la innovació turística multisectorial	H.2.2.3.1. Trobada anual multisectorial.
H.2.2.4 Gestió del límit turístic per a la sostenibilitat	H.2.2.4.1. Anàlisi de capacitat de càrrega.

Foment de la creació de producte i experiències turístiques innovadores i sostenibles al municipi.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.2.1 Impuls a productes clau sostenibles**

L'estratègia de promoció turística del municipi inclou la identificació de productes turístics amb força o tractors que siguin inspiradors per al territori i es desenvolupin de manera sostenible.

H.2.2.1.1. Inventari de Productes Força:

Es realitzarà un inventari de recursos destacats a Foradada que poden ser transformats en productes turístics sostenibles. Aquest inventari inclourà llocs i experiències com la Ruta "Land Art", Roca Foradada i ermita de Sant Urbà, Coves i Santuari de Salgar, Castell de Montsonís, Parc de Sant Urbà de Montsonís, Celler de vins Cel de Rubió, búnquer de la guerra civil excavat a la roca a Rubio de Baix, Búnquers guerra civil repartits pel municipi, església de Sant Feliu de la Torrota, Castell de Rubió de Baix, Bosc de ribera al riu Segre entorn de Salgar i Rubio de Baix, Muntanyes del "Munt" o Plantacions i processament de rosa mosqueta i safrà a Rubio.

L'objectiu és identificar almenys 10 recursos que ressaltin per la seva capacitat d'atraure visitants i que contribueixin al desenvolupament del turisme regeneratiu.

H.2.2.1.2. Creació de Producte Turístic:

El projecte a Foradada inclourà el redisseny d'aquells productes identificats que ho requereixin i el desenvolupament de nous productes turístics innovadors, amb un mínim de 10 productes o serveis individuals i 5 combinats, basant-se en els recursos dels productes força identificats, integrant accions que promoguin un turisme més conscient i respectuós amb el medi ambient i la cultura local de Foradada. També vinculat a un dia dedicat al "Land Art" es convidaran artistes reconeguts de "Land Art" per a promoure la construcció de noves figures mitjançant el que es descriu com a:

- **Producte reclam:**
Construcció d'un producte/servei específic consistent en un esdeveniment participatiu per a potenciar el "Land Art" (coincidint amb la festa del land Art), convidant a participar-hi a reconeguts artistes que aportin valor amb el seu treball i serveixin de guia per a altres artistes (a l'estil que es fa amb el Gargar de Penelles, o altres festivals d'art al carrer).

Actuacions dins l'Acció > **H.2.2.2 Coordinació i redistribució de l'oferta turística**

H.2.2.2.1. Disseny Pla de Senyalització:

Al municipi, es desenvoluparà un Pla Local de Senyalització destinat a millorar la coordinació i connectivitat entre els diversos atractius turístics d'aquest municipi, mitjançant la connexió via telèfon mòbil amb la web d'informació turística creada dins del marc d'aquest projecte. Aquest pla inclourà:

- **Conceptualitzar el disseny dels petits plafons:** aquests petits plafons informatius han de contenir un codi QR. Els enllaços dels QR seran facilitats pel proveïdor que integri l'enllaç amb la base de dades Eurecat i ho redirigeixi finalment a l'article desitjat, en una redirecció editable (especificat a H.2.3.2.1.). A més, poden contenir més informació que ajudi el visitant a formar-se una expectativa realista del contingut del QR, així com l'incentivi a visitar el contingut del codi QR.
- **Senyalització Informativa:** definir la ubicació de petits plafons amb codis QR que connectaran els recursos turístics amb els articles de la web creada dins el Pla de comunicació. Es definirà quins recursos són prioritaris a senyalitzar segons el pressupost assignat a l'aplicació del Pla de senyalització. Aquesta interconnexió entre recursos materials i món digital permetrà relacionar tots els recursos, productes, serveis i esdeveniments del municipi, així com comptabilitzar-ne l'interès del visitant.

- Connexió de Punts d'Interès: Integració dels diversos atractius turístics, incloent-hi rutes naturals, espais culturals, i zones d'autocaravanes, creant un circuit turístic cohesiu.

H.2.2.2.2. Aplicació del Pla de Senyalització:

Per a l'exitosa aplicació del pla de senyalització, es proposa la contractació d'una empresa especialitzada en impressió de cartelleria per a exterior i senyalització. La implementació d'aquest pla suposarà:

- Maquetació i fabricació dels petits plafons: Seguint les directrius del Disseny Pla de Senyalització, maquetar i fabricar uns petits plafons que continguin el codi QR i aquella informació que ajudi el visitant a formar-se una expectativa realista del contingut del QR, així com l'incentivi a visitar el contingut del codi QR.
- Instal·lació dels petits plafons: Col·locació dels petits plafons amb els codis QR en els punts definits en el Disseny Pla de Senyalització, oferint als visitants accés fàcil a informació detallada sobre llocs d'interès, històries locals, i rutes a través d'una web o app creada en el marc del projecte.

Aquestes accions contribuiran a crear un entorn més integrat i accessible per als visitants, millorant la seva experiència i fomentant un turisme més diversificat i sostenible al municipi. La coordinació efectiva entre els diferents elements turístics reforçarà la imatge de Foradada com un destí atractiu i coherent.

Actuacions dins l'Acció > H.2.2.3 Estímul a la innovació turística multisectorial

H.2.2.3.1. Trobada Anual Multisectorial:

L'estratègia turística de Foradada incorpora l'organització d'espais de trobada multisectorials amb l'objectiu d'estimular la creació i renovació de productes turístics, involucrant sectors com el ramader, agrari, i altres que generen experiències úniques.

Organització de Trobades Anuals Multisectorials:

- Foradada celebrarà trobades anuals que reuniran representants de diversos sectors, incloent-hi turisme, agricultura, ramaderia, i cultura local.

- Aquestes trobades poden coincidir amb esdeveniments rellevants al municipi, com la cursa "trail lo bunker", el dia del "Land Art", o les festes majors dels diferents nuclis.

Desenvolupament de Productes Turístics Innovadors:

- L'objectiu d'aquestes trobades serà desenvolupar experiències turístiques que reflecteixin la identitat única de Foradada.
- Això inclourà la creació de visites a explotacions agrícoles i ramaderes, rutes turístiques que destaquen la bellesa natural i la biodiversitat, i experiències gastronòmiques que exhibeixin la cuina local.

Integració de Productes amb Altres Iniciatives:

- Es buscarà integrar aquests nous productes amb altres iniciatives existents a Foradada, com projectes de conservació de la biodiversitat, rutes culturals i històriques, i activitats d'art i naturalesa.

Transcendència dels Productes Turístics:

- L'objectiu és que els productes desenvolupats transcendissin els límits territorials de Foradada, creant una oferta turística més rica i diversificada que atregui visitants de tota Catalunya i més enllà.

Aquestes trobades multisectorials permetran no només la creació de productes turístics innovadors, sinó també fomentaran la col·laboració i el treball en xarxa entre diferents sectors. Així, Foradada es beneficiarà d'una oferta turística més integrada i variada, que reflectirà tot el potencial del seu entorn i la seva comunitat.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.2.4 Gestió del límit turístic per a la sostenibilitat**

H.2.2.4.1. Anàlisi de capacitat de càrrega

La gestió turística de Foradada inclou una anàlisi detallada de la capacitat de càrrega dels seus productes i experiències turístiques, amb l'objectiu d'evitar la sobreexplotació i assegurar un turisme sostenible.

Anàlisi de la Capacitat de Càrrega:

- S'avaluarà exhaustiva de tots els productes i experiències turístiques a Foradada, incloent-hi la Ruta "Land Art", la Roca Foradada, el Santuari de Salgar, el Castell de Montsonís, entre d'altres.
- Aquesta anàlisi determinarà la capacitat màxima de visitants per a cada lloc i experiència, assegurant així un equilibri entre el nombre de visitants i la preservació dels recursos naturals i culturals.

Protocols per Evitar la Sobreexplotació:

- Es desenvoluparan protocols específics per a cada atracció o activitat, incloent-hi la gestió de grups, el control d'accés, i la regulació del flux de visitants.
- Això inclourà la implementació de mesures per minimitzar l'impacte ambiental, com ara la limitació del nombre de visitants en espais sensibles com els boscos de ribera i les muntanyes del "Munt".

Preservació de Recursos Naturals i Culturals:

- La gestió adequada de la capacitat de càrrega contribuirà a la preservació del patrimoni natural i cultural de Foradada, incloent-hi espais protegits i recursos com les plantacions de rosa mosqueta i safrà a Rubio.

Foment del Turisme Sostenible i Regeneratiu:

- Aquest enfocament s'alinea amb l'objectiu de Foradada de promoure un turisme ecològic i regeneratiu, respectant el medi ambient i millorant la qualitat de vida dels residents locals.
- Les activitats turístiques, com la participació en les activitats de "Land Art" i la conservació de la biodiversitat, es realitzaran de manera que reforcin aquest enfocament sostenible.

A través d'aquesta gestió conscient de la capacitat de càrrega, Foradada assegura un turisme equilibrat que no només ofereix experiències enriquidores als visitants, sinó que també protegeix i conserva els seus valuosos recursos per a futures generacions. Aquest enfocament ajudarà a mantenir l'atractiu turístic de Foradada al llarg del temps, promocionant un model turístic sostenible i respectuós amb l'entorn.

*Actuacions a dur a terme per altres proveïdors

Actuacions a dur a terme per la Secretaria Tècnica* dins de l'objectiu específic de l'Orientació a la demanda afí (H.2.3)	
H.2.3.1. Adaptació estratègica al perfil del visitant	H.2.3.1.1. Anàlisi i definició públic objectiu.
	H.2.3.1.2. Pla de comunicació Externa.
	* H.2.3.1.3. Aplicació Pla de Comunicació.
	H.2.3.1.4. Adaptació punt d'informació.
H.2.3.2. Optimització del relat turístic mitjançant dades fiables	* H.2.3.2.1. Obtenció i tractament de dades.
H.2.3.3. Captació de visitants conscients i compromesos	H.2.3.3.1. Integració model Biosphere.
	H.2.3.3.2. Comunicació Model Biosphere.

Orientació del municipi als nous perfils de la demanda afins a la visió definida.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.3.1. Adaptació estratègica al perfil del visitant**

Aquesta acció se centra a definir la tipologia del visitant i adaptar l'estratègia de captació de demanda al municipi, tenint en compte les noves necessitats, personalització, tendències i perfils dels visitants.

H.2.3.1.1. Anàlisi i Definició Públic Objectiu:

Es durà a terme una anàlisi detallada del mercat turístic per identificar el públic objectiu, incloent-hi turisme familiar, sènior, singles, i noves generacions, amb especial atenció a les àrees de Catalunya i França.

Els interessos i aficions dels visitants, com senderisme, cicloturisme, slow food, art, animals i tradicions locals, seran claus en aquesta definició.

H.2.3.1.2. Pla de Comunicació Externa:

Anàlisi i conceptualització d'un pla de comunicació dirigida al públic objectiu, promocionant Foradada com a destinació turística destacada per la seva herència cultural i tradicional, que comprèn:

- Coordinar el disseny i desenvolupament de marca representatius (logo, nom de domini, estil gràfic, entre d'altres), que s'utilitzaran en els diferents canals, plataformes i material promocional.
- Coordinar el disseny i desenvolupament d'una web que serveixi com a revista digital, és a dir, una web amb contingut blog dinàmic per acollir articles dels diferents productes, serveis, esdeveniments, allotjaments i altres recursos turístics del municipi que servirà per informar el públic objectiu i captar el seu interès en altres possibilitats al voltant, redistribuint-ne l'oferta turística.
- Coordinar el disseny i desenvolupament d'una plantilla de correu electrònic que serveixi per a fer enviaments amb butlletins turístics informatius periòdics.
- Investigar i prioritzar els possibles canals de distribució de l'oferta turística, tal com xarxes socials i plataformes turístiques especialitzades.
- Coordinar la formació per accedir i interpretar les dades generades per la web, així com les dades generades pels codis QR i emmagatzemades a la base de dades del Eurecat (més informació al punt H.2.3.2.1.)
- Coordinar el pressupost i gestionar el projecte d'Aplicació del Pla de Comunicació, així com el projecte d'Obtenció i tractament de dades (H.2.3.2.1.

H.2.3.1.3. Aplicació Pla de Comunicació

Per a l'exitosa aplicació del pla de comunicació, es proposa la contractació d'una empresa especialitzada en comunicació digital, que executarà:

- Disseny i desenvolupament d'identitat visual i marca representativa (logo, nom de domini, estil gràfic, entre d'altres) que capturi l'essència del municipi, conclusions que s'utilitzaran en els diferents canals, plataformes i material promocional.
- Compra del domini web amb 3 bústies de correu electrònic, així com un Allotjament Web que permeti el correcte desplegament i manteniment de la revista digital web. Aquest manteniment estarà actiu durant el període d'execució del projecte. Un cop finalitzat, serà necessari construir un pressupost informatiu perquè l'Ajuntament sàpiga quins costos associats requereix mantenir l'estructura digital després de fer el traspàs.
- Disseny, desenvolupament i testatge d'una web que serveixi com a revista digital, és a dir, una web amb contingut blog dinàmic per acollir articles dels diferents productes locals, serveis, esdeveniments, allotjaments i altres recursos turístics del municipi. Aquesta web, a través del CMS, ha de permetre una gestió autònoma del contingut per part del club de producte, liderat pel mateix municipi. La web ha d'estar

optimitzada per al posicionament SEO i adaptativa a dispositius mòbils. La web ha de servir com a lloc digital per a l'actualitat turística i per redistribuir i desestacionalitzar l'oferta. La web ha d'estar connectada amb Google Analytics per a l'optimització del relat turístic mitjançant dades fiables, i la corresponent implementació de gestió de galetes web.

- Dissenyar i desenvolupar una plantilla de correu electrònic que serveixi per a fer enviaments amb butlletins turístics informatius periòdics, integrat en un sistema d'enviament massiu, amb possibilitat de subscripció dins la web.
- Generació de contingut i notes de premsa que mostrin aspectes destacats com: les activitats del municipi, patrimoni cultural, i iniciatives de turisme sostenible i regeneratiu del municipi. Aquest contingut s'allotjarà primerament en la revista web, per després distribuir-lo en les xarxes socials i plataformes turístiques especialitzades designades com a prioritàries, així com a mitjans de comunicació digitals i físics.
- Formació per al club de producte en com utilitzar les diferents eines desplegades per a l'aplicació del pla de comunicació.
- Disseny i impressió del material físic, com fulletons i cartells, que s'estableixi per adaptar el punt d'informació a la nova estratègia turística, utilitzant paper reciclat i tintes ecològiques per a minimitzar l'impacte ambiental.

H.2.3.1.4. Adaptació Punt d'Informació:

El Punt d'Informació del municipi serà actualitzat per reflectir la nova estratègia turística, oferint informació detallada sobre activitats, atractius, i recursos turístics locals, facilitant així l'accés i la planificació per als visitants.

S'assessorarà com adequar el material promocional a l'espai, es coordinarà la distribució del material imprès fins al seu destí i es corroborarà que el contingut està alineat amb el relat.

Aquesta adaptació permetrà no només atreure, sinó també satisfer les necessitats i interessos dels seus visitants, promovent un turisme més responsable, sostenible i enriquidor, alineat amb els valors i la cultura del municipi.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.3.2. Optimització del relat turístic mitjançant dades fiables**

H.2.3.2.1. Obtenció i tractament de dades

En les prèvies actuacions ja descrites, s'hauran prioritzat aquells llocs d'interès en el municipi on situar un codi QR. Aquest codi QR enllaçarà amb el seu article corresponent de la revista web. Per tal d'obtenir i gestionar les dades, es proposa que una agència especialitzada en tractament de dades executi:

- Un sistema de reencaminament dinàmic: per evitar haver de tornar a imprimir el codi QR en cas que l'enllaç a l'article web canviï, és necessari implementar un programari de gestió d'enllaços, amb un panell de control per a tots els codis QR i els seus respectius reencaminaments.
- Per a cada accés al QR, un "trigger" comptabilitzarà i emmagatzemarà les dades al Tourist Data System Eurecat del Patronat de Turisme. En cas que l'usuari accepti les galetes web, també s'enviarà la informació a la base dades, sempre que aquesta estigui preparada. Aquesta informació pot incloure dades sobre el perfil dels visitants, la seva procedència, les seves preferències i comportament en llocs d'interès del municipi.
- Aquesta integració entre sistemes haurà de ser fàcil de traspasar al club de producte, amb una corresponent formació de com gestionar-ne el manteniment i la mateixa interpretació de les dades.

L'objectiu serà utilitzar aquestes dades per ajustar i millorar l'oferta turística, adaptant-la a les necessitats i interessos dels visitants. Això reforçarà el posicionament del municipi com una destinació turística atractiva i sostenible.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.3.3. Captació de visitants conscients i compromesos**

H.2.3.3.1. Integració model Biosphere

- Al municipi, es treballarà per integrar empreses i entitats locals en el Model Biosphere Destination, amb l'objectiu de promoure el turisme sostenible i regeneratiu.
- Objectiu: Fomentar pràctiques de turisme que respectin i valorin el patrimoni natural i cultural, mantenint un equilibri entre desenvolupament turístic i conservació.

H.2.3.3.2. Comunicació Model Biosphere

- Incorporar en la comunicació de Foradada l'esforç realitzat per la integració en el Model Biosphere Destination.
- Atraure visitants que valoren la natura, la cultura i la sostenibilitat, destacant les experiències autèntiques i respectuoses amb l'entorn que el municipi ofereix.
- Ressaltar com aquests esforços contribueixen a preservar espais verds i a fomentar un turisme que respecti i valori les riqueses naturals i culturals del municipi els seus voltants.



Actuacions a dur a terme per la Secretaria Tècnica dins de l'objectiu específic del Desenvolupament i aplicació de coneixement (H.2.4)	
H.2.4.1 Impuls a la formació especialitzada i sostenible en turisme	H.2.4.1.1. Detecció necessitats de formació.
	H.2.4.1.2. Coordinació formació sectorial.
H.2.4.2 Professionalització i valorització del capital humà en turisme	H.2.4.2.1. Coordinació formació professional.
H.2.4.3 Valorització del patrimoni local com a motor d'acollida	H.2.4.3.1. Posta en valor coneixement local.
H.2.4.4 Foment de sinergies per a la compartició de recursos i coneixements	H.2.4.4.1. Sinergies amb el sector.
H.2.4.5 Implementació d'un sistema d'avaluació i millora contínua	H.2.4.5.1. Control Implantació i Testatge rendiment.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.4.1 Impuls a la formació especialitzada i sostenible en turisme**

H.2.4.1.1. Detecció de Necessitats de Formació:

- Realitzar un estudi al municipi per detectar les mancances de formació especialitzada dins del sector turístic. Aquest estudi se centrarà a identificar àrees clau on es pot millorar la formació, com la gestió de recursos turístics sostenibles, la promoció d'experiències regeneratives, i la gestió eficient del turisme.
- Desenvolupar un Pla de Formació que abordi aquestes necessitats, oferint cursos i tallers per enriquir les capacitats dels professionals locals en turisme.

H.2.4.1.2. Coordinació de Formació Sectorial:

- Establir coordinació amb el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, el Consell Comarcal i altres entitats per organitzar formacions específiques al municipi.
- Aquestes formacions se centraran en temes com la sostenibilitat, el turisme regeneratiu, la preservació cultural i natural, i la promoció efectiva de l'oferta turística del municipi.

Aquest enfocament en la formació i la coordinació sectorial permetrà millorar la capacitat dels seus professionals turístics, aportant a la creació d'una oferta turística més sostenible, regenerativa i adaptada a les necessitats del mercat actual.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.4.2 Professionalització i valorització del capital humà en turisme**

Establir col·laboració amb entitats com el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida i el Consell Comarcal per organitzar formacions específiques i proporcionar assessoraments al personal del sector turístic al municipi.

Àrees de Formació:

- Turisme sostenible i regeneratiu.
- Estratègies de màrqueting digital adaptades al turisme.
- Gestió de recursos naturals i culturals únics de la zona, com l'entorn de les masies i la cultura rural.
- Promoció del patrimoni cultural local, incloent-hi elements com la cultura religiosa i les tradicions associades.

Objectiu: Cal assegurar que els professionals del turisme al municipi disposin de les habilitats i coneixements necessaris per oferir experiències turístiques d'alta qualitat, adaptades a les demandes actuals del mercat i les tendències modernes del turisme.

Aquest enfocament de formació professional contribuirà a augmentar el valor afegit del seu sector turístic, millorant la percepció del turisme com a carrera professional viable i adaptant l'ensenyament a les noves realitats i tendències del sector.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.4.3 Valorització del patrimoni local com a motor d'acollida**

Foradada promourà la recuperació, preservació i posada en valor de la saviesa popular, la cultura rural i la memòria local, convertint aquest patrimoni en un element clau d'acollida turística.

H.2.4.3.1. Posta en Valor del Coneixement Local:

Foradada promourà la recuperació, preservació i posada en valor de la saviesa popular, la cultura rural i la memòria local, convertint aquest patrimoni en un element clau d'acollida turística.

Organització de Trobades per Recollir Saviesa Local:

- Foradada organitzarà quatre trobades anuals, una per cada trimestre, per recollir la saviesa i les històries de residents veterans i altres persones rellevants del municipi.
- Aquestes trobades se centraran en el coneixement tradicional, com la pesca al riu Segre i els aprofitaments del munt en el passat.

Incorporació de la Cultura Local en l'Storytelling Turístic:

- La rica herència cultural d'aquestes trobades s'integrarà en l'storytelling de Foradada, incloent-hi expressions locals típiques, històries i tradicions úniques.
- Això aportarà una dimensió autèntica i profundament arrelada en la comunitat local a l'oferta turística.

Preservació i Posada en Valor de la Memòria Local:

- Aquesta iniciativa no només preservarà la memòria local, sinó que també enriquirà l'oferta turística de Foradada, aportant històries i tradicions que connecten els visitants amb l'essència del municipi.

Creació d'un Vínclle Emocional amb els Visitants:

- El coneixement i la cultura locals es vincularan amb els llocs on els visitants els experimenten, creant així un vínclle emocional entre els visitants i Foradada.
- Aquest enfocament permetrà als visitants comprendre i valorar més profundament la cultura i la història de Foradada.

Aquesta estratègia de recuperació i posada en valor del coneixement local, a més de preservar la memòria cultural de Foradada, contribuirà a la creació d'una oferta turística única i diferenciada que ressalta la riquesa cultural i històrica del municipi. Això atraurà visitants interessats en experiències autèntiques i enriquidores, afavorint un turisme més respectuós i conscient.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.4.4 Foment de sinergies per a la compartició de recursos i coneixement**

H.2.4.4.1. Sinergies amb el sector.

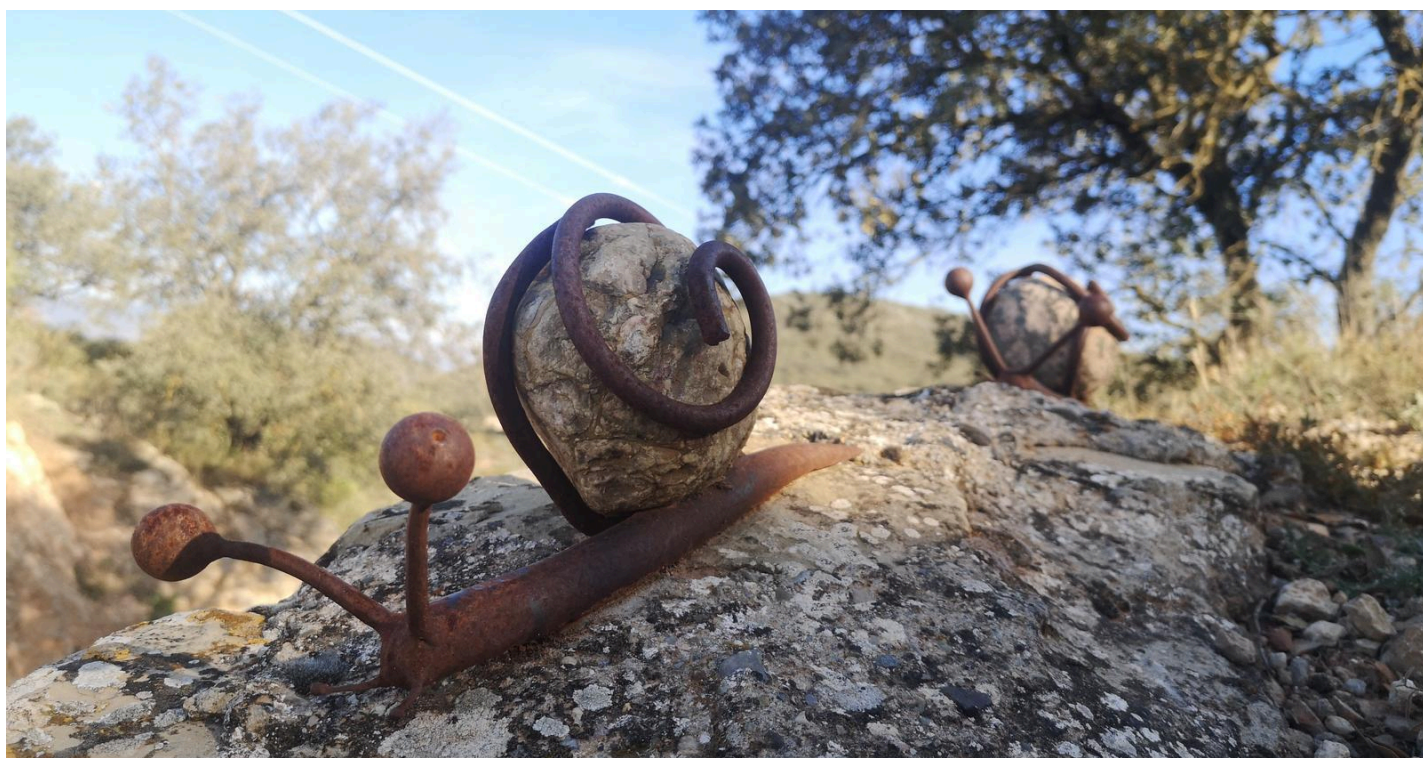
Disseny i organització de 4 trobades anuals (una per trimestre coincidint amb l'event trimestral per posar en pràctica les activitats de tipus regeneratiu amb la població local i el visitant i la trobada amb la gent gran i persones rellevants), dins l'àmbit del Club de Producte amb la finalitat de compartir recursos, coneixements, tendències i sistemes de treball.

Actuacions dins l'Acció > **H.2.4.5 Implementació d'un sistema d'avaluació i millora contínua**

H.2.4.5.1. Control Implantació i Testatge rendiment.

Establir un mapa d'indicadors de rendiment (KPI) del Projecte de Promoció Turística avaluant els resultats d'acord amb si s'està produint la seva implementació dins el termini i en la forma escaient (FASES A, B I C) i primers resultats deguts a la implementació (FASE D).

Es portarà a terme el seu control mitjançant el document que es presenta en l'apartat a continuació.



J. PRIORITZACIÓ I PLANIFICACIÓ

L'aplicació del projecte de Promoció Turística comporta l'agrupació de les actuacions a dur a terme en diferents fases, la prioritització es basa en el fet que algunes d'aquestes actuacions (creació proposta valor, relat) s'han d'haver realitzat per dur a terme d'altres com la comunicació. Algunes actuacions de les diferents fases es faran simultàniament, com es veurà en el gràfic que mostra el cronograma d'aquestes.

Fases de les actuacions pel desenvolupament del projecte:

	Mes 1 (1-15)	Mes 1 (16-30)	Mes 2 (1-15)	Mes 2 (16-30)	Mes 3 (1-15)	Mes 3 (16-30)	Mes 4 (1-15)	Mes 4 (16-30)	Mes 5 (1-15)	Mes 5 (16-30)	Mes 6 (1-15)	Mes 6 (16-30)
Fase A: DESPLEGAMENT DE LA SECRETARIA TÈCNICA												
1.1.1.1.- Contractació Secretaria Tècnica.												
1.1.1.2.- Direcció, Coordinació i execució d'actuacions.												
Fase B: PROPOSTA VALOR, CREACIÓ PRODUCTE, COMUNICACIÓ INTERNA.												
2.1.1.1.- Inventari activitats.												
2.1.1.2.- Mapa d'actors.												
2.1.1.3.- Selecció d'actors.												
2.1.2.1.- Construcció de relat.												
2.1.2.2.- Pla de Comunicació Interna.												
2.1.2.3.- Comunicacions amb el relat.												
2.1.3.1.- Disseny d'activitats de turisme regeneratiu.												
2.1.3.2.- Preparació 4 events /any.												
2.2.1.1.- Inventari productes força.												
2.2.1.2.- Creació producte turístic.												
2.2.2.1.- Disseny Pla Senyalització.												
2.2.2.2.- Aplicar Pla senyalització.												
2.2.3.1.- Trobada anual multisectorial.												
2.2.4.1.- Anàlisi capacitat de càrrega.												
2.3.1.1.- Anàlisi i definició públic objectiu.												
2.4.3.1.- Posta en valor coneixement local.												
2.4.4.1.- Sinergies amb el sector.												
Fase C: COHESIÓ INTERSECTORIAL, COMUNICACIÓ EXTERNA, FORMACIÓ I GOVERNANÇA												
2.1.4.1.- Creació Club i Director de Producte.												
2.1.4.2.- Disseny Governança.												
2.1.4.3.- Aplicació Governança.												
2.3.1.2.- Pla de comunicació Externa.												
2.3.1.3.- Aplicació Pla de Comunicació.												
2.3.1.4.- Adaptació punt d'informació.												
2.3.2.1.- Obtenció i tractament de dades.												
2.3.3.1.- Integració model Biosphere.												
2.3.3.2.- Comunicació Model Biosphere.												
2.4.1.1.- Detecció necessitats de formació.												
2.4.1.2.- Coordinació formació sectorial.												
2.4.2.1.- Coordinació formació professional.												
Fase D: CONTROL RESULTATS IMPLEMENTACIÓ PROJECTE												
2.4.5.1.- Control Implantació i Testeig rendiment.												



K. PRESSUPOST

K.1. Resum del pressupost.

K.2. BLOC 1: Direcció. Coordinació i Execució actuacions. Secretaria tècnica

K.3. BLOC 2: Aplicar Pla Senyalització

K.4. BLOC 3: Aplicació Pla de Comunicació

K.5. BLOC 4: Obtenció i tractament de dades

K.1. Resum del pressupost

El pressupost ha sigut elaborat d'acord amb la combinació dels següents serveis amb els seus respectius costos associats:

- Consultoria estratègica
- Suport tècnic i administratiu
- Logística i material
- Màrqueting i Comunicació
- Construcció, aplicació i integració d'eines digitals

Atenent els diferents àmbits professionals que poden desenvolupar cadascun dels grans blocs del pressupost en el moment de l'aplicació del present Projecte de Promoció Turística i per tal de facilitar la contractació dels diferents serveis, el total del present pressupost s'ha agrupat per cadascun dels següents blocs:

Pressupost en blocs	
BLOC 1: Direcció. Coordinació i Execució actuacions. Secretaria tècnica	14.850 €
BLOC 2: Aplicar Pla Senyalització.	1.950 €
BLOC 3: Aplicació Pla de Comunicació.	8.100 €
BLOC 4: Obtenció i tractament de dades.	950 €
BLOC 5: Creació producte turístic (Producte Reclam).	2.100 €
B.I. PRESSUPOST TOTAL	27.950 €
I.V.A. 21%	5.869,50 €
TOTAL	33.819,50 €

K.2. BLOC 1: Direcció. Coordinació i Execució actuacions. Secretaria tècnica

1.1.1.1. Contractació Secretaria Tècnica

- Acció: Contractació del servei d'una estructura professional amb experiència en gestió de projectes turístics per coordinar les activitats del projecte, gestionar la documentació i comunicació, i assegurar el compliment dels terminis i objectius.
- Despesa: Costos d'estructura de la secretaria tècnica, incloent-hi el vessant assessoria estratègica i els possibles costos addicionals com a formacions específiques o eines de gestió.

1.1.1.2. Direcció, Coordinació i execució d'actuacions

Direcció i Coordinació:

- Acció: Supervisió de l'assessoria que comporta la secretaria tècnica en l'estratègia general del projecte, incloent-hi la coordinació de les diferents fases, la gestió d'equips i la presa de decisions clau.
- Despesa: Honoraris professionals per les hores dedicades a aquestes tasques, incloent-hi reunions, preparació de documents estratègics i supervisió de l'execució.

Cost total associat a Contractació i Direcció i Coordinació

3.240 €

Resum d'actuacions a dur a terme per part de la Secretaria Tècnica

H.2.1.1.1. Inventari activitats.

H.2.2.1.1. Inventari productes força.

H.2.1.1.2. Mapa d'actors.

H.2.2.1.2. Creació producte turístic.

H.2.1.1.3. Selecció d'actors.

H.2.2.2.1. Disseny Pla Senyalització.

H.2.1.2.1. Construcció de relat.

H.2.2.3.1. Trobada anual multisectorial.

H.2.1.2.2. Pla de Comunicació Interna.	H.2.2.4.1. Anàlisi capacitat de càrrega.
H.2.1.2.3. Comunicacions amb el relat.	H.2.3.1.1. Anàlisi i definició públic objectiu.
H.2.1.3.1. Disseny d'activitats de turisme regeneratiu.	H.2.3.1.2. Pla de comunicació Externa.
H.2.1.3.2. Preparació 4 esdeveniments / any.	H.2.3.1.4. Adaptació punt d'informació.
H.2.1.4.1. Creació Club i director de Producte.	H.2.3.3.1. Integració model Biosphere.
H.2.1.4.2. Disseny Governança.	H.2.3.3.2. Comunicació Model Biosphere.
H.2.1.4.3. Aplicació Governança.	H.2.4.1.1. Detecció necessitats de formació.
	H.2.4.1.2. Coordinació formació sectorial.
	H.2.4.2.1. Coordinació formació professional.
	H.2.4.3.1. Posta en valor coneixement local.
	H.2.4.4.1. Sinergies amb el sector.
	H.2.4.5.1. Control Implantació i Testatge rendiment.

Pressupost per l'execució d'actuacions	Cost associat
H.2.1.1.1. Inventari activitats ● Acció: Recopilació i anàlisi de totes les activitats turístiques actuals al municipi per identificar fortaleeses, oportunitats i àrees de millora. ● Despesa: Costos associats amb la recopilació de dades, anàlisi i elaboració d'un informe detallat.	270 €
H.2.1.1.2. Mapa d'actors ● Acció: Creació d'un mapa detallat dels actors involucrats en el turisme al municipi, incloent-hi empreses, organitzacions i individus, per comprendre millor la xarxa de col·laboració i influència. ● Despesa: Costos de recerca i elaboració del mapa d'actors i representació escrita i gràfica d'aquest.	270 €
H.2.1.1.3. Selecció d'actors ● Acció: Selecció dels actors més rellevants i influents dins del sector turístic local per la seva participació activa en el projecte.	270 €

Despesa: Processos de selecció, que poden incloure entrevistes i anàlisi de dades.	
H.2.1.2.1. Construcció de relat - Acció: Creació d'una narrativa atractiva i coherent al voltant del municipi que vinculi els visitants amb la seva història, cultura i patrimoni natural. - Despesa: Contractació de professionals en storytelling i màrqueting, així com la producció de materials promocionals basats en aquest relat.	810 €
H.2.1.2.2. Pla de Comunicació Interna - Acció: Desenvolupament i implementació d'un pla de comunicació interna per millorar la coordinació i l'eficàcia entre els diferents agents del projecte. - Despesa: Elaboració de materials de comunicació, formacions i eines de gestió de la comunicació interna.	270 €
H.2.1.2.3. Comunicacions amb el relat - Acció: Aplicació del relat desenvolupat en tots els materials de comunicació del projecte, incloent-hi xarxes socials, material promocional i comunicacions públiques. - Despesa: Desenvolupament de contingut i suport per la gestió de les plataformes de comunicació.	270 €
H.2.1.3.1. Disseny d'activitats de turisme regeneratiu - Acció: Desenvolupament d'activitats turístiques que no només respectin l'entorn sinó que també contribueixin a la seva millora, com plantacions d'arbres, tallers d'educació ambiental i campanyes de neteja. - Despesa: Costos associats a la planificació i execució d'aquestes activitats, incloent-hi protocols pels guies i actors turístics.	810 €
H.2.1.3.2. Preparació 4 esdeveniments /any Acció: Organització d'esdeveniments temàtics anuals, per posar en pràctica activitats regeneratives emmarcades en jornades de turisme sostenible, amb mercat de productes locals i altres.	540 €

Despesa: Costos d'organització d'esdeveniments, incloent-hi el suport logístic pel desenvolupament d'aquests.	
H.2.1.4.1. Creació Club i director de Producte - Acció: Establiment d'un Club de Producte turístic per coordinar i potenciar l'oferta turística del municipi, i designació d'un director de Producte per liderar aquest club. - Despesa: Costos associats a la conceptualització i accions per la creació i manteniment del club.	810 €
H.2.1.4.2. Disseny Governança - Acció: Elaboració d'un pla de governança turística per gestionar de manera eficient les iniciatives turístiques i assegurar la participació dels diferents actors locals. - Despesa: Consultoria per a l'elaboració del pla i disseny per a la seva implementació.	270 €
H.2.1.4.3. Aplicació Governança - Acció: Implementació del pla de governança, incloent-hi formacions i sessions de treball amb els agents implicats. - Despesa: Costos de formació, materials de suport i gestió del procés d'implementació.	270 €
H.2.2.1.1. Inventari productes força - Acció: Identificació i catalogació dels productes turístics més forts i atractius del municipi. - Despesa: Treball de consultoria per a l'anàlisi i elaboració del catàleg, així com materials i eines necessàries per a la recopilació de dades.	270 €
H.2.2.1.2. Creació producte turístic - Acció: Desenvolupament de nous productes turístics que responguin a la demanda del mercat i augmentin l'atractiu del municipi. - Despesa: Treball de consultoria pel disseny de productes turístics i de protocols pel seu desenvolupament.	810 €
H.2.2.2.1. Disseny Pla Senyalització	540 €

● Acció: Creació d'un pla bàsic de senyalització turística per millorar l'orientació i la informació disponible per als visitants. ● Despesa: Disseny dels aspectes bàsics per desenvolupar i aplicar el pla de senyalització.	
H.2.2.3.1. Trobada Anual Multisectorial ● Acció: Organització d'un esdeveniment anual per reunir tots els actors clau del sector turístic, incloent-hi representants del govern, empreses i organitzacions locals. ● Despesa: Costos associats a la planificació de l'esdeveniment, Costos d'organització d'esdeveniments, incloent-hi el suport logístic pel desenvolupament d'aquests.	540 €
H.2.2.4.1. Anàlisi Capacitat de Càrrega ● Acció: Realització d'un estudi per avaluar la capacitat màxima de visitants que el municipi pot gestionar de manera sostenible. ● Despesa: Realització de l'anàlisi, així com els costos dels altres elements a tenir en compte, necessàries per a l'estudi.	270 €
H.2.3.1.1. Anàlisi i Definició Públic Objectiu ● Acció: Estudi bàsic de mercat per identificar els segments del públic objectiu i les seves preferències. ● Despesa: Treballs de màrqueting i anàlisi amb els costos associats amb la recopilació i processament de dades.	270 €
H.2.3.1.2. Pla de Comunicació Externa ● Acció: Desenvolupament d'un pla de comunicació per atraure visitants, incloent-hi estratègies digitals i tradicionals. ● Despesa: Disseny d'un Pla de comunicació bàsic enfocat a la captació del públic definit com a objectiu.	540 €
H.2.3.1.4. Adaptació Punt d'Informació ● Acció: Actualització i millora del punt d'informació turística per millorar l'experiència del visitant. ● Despesa: Conceptualització i proposta de millores per adaptar el punt d'informació a la nova dinàmica turística de turisme sostenible i regeneratiu.	270 €

H.2.3.3.1. Integració Model Biosphere ● Acció: Implementació del model Biosphere en les estratègies turístiques per promoure la sostenibilitat. ● Despesa: Treballs de suport a empresaris i entitats per a posar-los en contacte amb el model Biosphere i amb els protocols per a pertànyer a aquest model.	270 €
H.2.3.3.2. Comunicació Model Biosphere ● Acció: Campanyes de comunicació per difondre els valors i pràctiques del model Biosphere entre la comunitat i els visitants. ● Despesa: Producció de continguts per material promocional per campanyes publicitàries centrades en l'aplicació del model Biosphere en productes turístics del municipi a través de les empreses i entitats adscrites a aquest model.	270 €
H.2.4.1.1. Detecció Necessitats de Formació ● Acció: Identificació de les necessitats de formació dels professionals del sector turístic. ● Despesa: Realització d'enquestes i estudis, així com sessions de feedback amb els treballadors i resta d'actors del sector.	270 €
H.2.4.1.2. Coordinació Formació Sectorial ● Acció: Organització de sessions de formació específiques per al sector turístic. ● Despesa: Suport per a la intervenció de formadors especialitzats a través de les diferents Entitats i Administracions que faciliten aquestes sessions.	270 €
H.2.4.2.1. Coordinació Formació Professional ● Acció: Coordinació amb centres de formació i universitats per oferir cursos rellevants al sector turístic. ● Despesa: Establiment de col·laboracions i acords amb institucions educatives que incloguin el desenvolupament de programes específics sobre turisme sostenible i regeneratiu.	270 €
H.2.4.3.1. Posta en Valor Coneixement Local ● Acció: Promoció i valorització del coneixement i les tradicions locals.	540 €

Despesa: Organització de trobades amb gent gran i persones rellevants i treballs de recollir la saviesa i història popular.	
H.2.4.4.1. Sinergies amb el Sector - Acció: Organització de tallers i reunions regulars amb representants de diferents sectors turístics per fomentar la col·laboració i explorar noves oportunitats de sinergia. - Despesa: Costos associats amb la planificació i realització d'aquests esdeveniments.	540 €
H.2.4.5.1. Control Implantació i Testatge Rendiment - Acció: Realització d'auditories i avaluacions periòdiques per mesurar l'eficàcia de les diferents iniciatives implementades en el marc del projecte turístic. - Despesa: Treballs de creació de protocols i materials necessaris per a la realització d'aquestes avaluacions i control amb anàlisi de dades.	810 €
Cost total associat Execució Actuacions	11.610 €
Cost total associat a Contractació i Direcció i Coordinació	3.240 €
Cost total associat secretaria tècnica	14.850 €

K.3. BLOC 2: Aplicar Pla Senyalització

H.2.2.2.2. Aplicar Pla Senyalització

- Acció: Implementació del pla de senyalització al municipi, incloent-hi la instal·lació de noves senyals i la millora de les existents.
- Despesa: Treballs i materials per l'aplicació del Pla. Aquesta partida no comporta cap cost addicional, només els costos de disseny, producció i instal·lació de les plaques amb els codis QR, ja que els costos de conceptualització del Pla, estan inclosos en bloc anterior.

Cost total associat aplicació Pla Senyalització

1.950 €

K.4. BLOC 3: Aplicació Pla de Comunicació

H.2.3.1.3. Aplicació Pla de Comunicació.

- Acció: Implementació del pla de comunicació, incloent-hi la nova web, l'adequació de les plataformes ja existents, la creació i distribució de contingut, la formació de les eines emprades i la impressió del material físic.
- Despesa: Disseny i desenvolupament de marca, compra del domini web amb tres bústies de correu electrònic, durant el període d'execució del projecte mantenir l'allotjament web. També disseny, desenvolupament i testatge d'una web amb contingut blog dinàmic que serveixi com a revista digital optimitzada per al posicionament SEO i adaptativa a dispositius mòbils, amb connexió amb Google Analytics i la corresponent implementació de gestió de galetes web. Dissenyar i desenvolupar una plantilla de correu electrònic que serveixi per a fer enviaments amb butlletins turístics periòdics, integrat en un sistema d'enviament massiu. Generació de contingut a la web i notes de premsa que mostrin aspectes destacats del municipi i distribució en els canals adients. Formació per al club de producte en com utilitzar les diferents eines digitals emprades. Disseny i impressió del material promocional físic que suposi un mínim impacte ambiental.

Cost total associat aplicació Pla de Comunicació

8.100 €

K.5. BLOC 4: Obtenció i tractament de dades

H.2.3.2.1. Obtenció i tractament de dades.

- Acció: Utilitzar les dades per ajustar i millorar l'oferta turística del municipi, adaptant-la a les necessitats i interessos dels visitants, vehiculant-les de forma coordinada amb els principals agents turístics que col·laboren per a fomentar una destinació turística atractiva i sostenible.
- Despesa: Contractació de serveis per a implementar un programari de gestió d'enllaços per als codis QR, una integració de les dades de la web i dels codis QR amb el Tourist Data System Eurecat del Patronat de Turisme, així com una formació de com gestionar-ne el manteniment i la mateixa interpretació de les dades.

Cost total associat Obtenció i tractament de dades

950 €

K.6. BLOC 5: Creació producte turístic.

H.2.3.2.1. Creació producte turístic.

Producte reclam:

- Construcció d'un producte/servei específic consistent en un esdeveniment participatiu per a potenciar el "Land Art" (coincidint amb la festa del land Art), convidant a participar-hi a reconeguts artistes que aportin valor amb el seu treball i serveixin de guia per a altres artistes (a l'estil que es fa amb el Gargar de Penelles, o altres festivals d'art al carrer).

Cost total associat Creació Producte Turístic (Producte Reclam)

2.100 €

