



MEMÒRIA PLA D'ACCIONS 2021 **OSONA** TURISME



Consell
Comarcal
d'Osona

PRESENTACIÓ

El 2021 s'ha continuat amb les funcions que realitza Osona Turisme com a organisme especial del Consell Comarcal d'Osona dedicat a la promoció i dinamització turística de la comarca d'Osona i en base al pla d'acció aprovat per a desenvolupar aquest any.

L'eix principal del les noves actuacions proposades en el pla d'accions ha estat la implantació del Pla de Màrqueting turístic de la comarca d'Osona que es va aprovar al Consell General realitzat al juliol del 2020. Tal i com es va definir, el pla d'accions del 2021 s'ha basat en els objectius, principis i visió que es defineixen en el pla de màrqueting:

Objectiu principal:

Redefinir i activar l'estratègia turística de la comarca, presentant el model turístic que es vol assolir per tal de **potenciar les diferents activitats econòmiques vinculades al turisme i vertebrar una oferta turística sostenible, de qualitat i generadora de renda que permeti incrementar l'impacte en el territori i diversificar l'oferta per productes i segments.**

Principis inspiradors en els quals es basarà tots l'actuació que desenvolupa Osona Turisme: Sostenibilitat, Incrementar el pes turístic, Oferta qualitativa per productes i segments i Pla de xoc davant la situació de pandèmia global.

Objectius qualitatis específics que seran els objectius en els quals es basaran els diferents àmbits i accions que es defineixen per aquest 2021:

- Articular i connectar els actors del territori.
- Establir les eines i mecanismes de promoció turística del territori així com les accions de comunicació relacionades.
- Adaptació i millora de l'oferta turística existent.
- Crear ocupació a la comarca tot fomentant la igualtat d'oportunitats i la no discriminació.
- Posicionar, projectar i popularitzar la marca Osona tant nacional com internacionalment com a destinació.
- Fomentar i diversificar la cartera de productes turístics.
- Establir les bases per poder disposar d'un sistema d'informació i monitorització de l'activitat turística.
- Definir la capacitat de càrrega de diferents espais turístics de la comarca.
- Realitzar una proposta estratègica turística fomentada en le paper actiu dels actors turístics i de la ciutadania.
- Buscar i potenciar nous vasos comunicants de l'activitat turística amb altres sectors econòmics i socials del territori.
- Potenciar la connexió entre empresa i territori.

Objectius quantitatis que defineix el pla de màrqueting i que s'hauran d'aconseguir en els propers anys amb la implantació de les propostes definides al pla de màrqueting:

- Increment en el nombre de turistes.

- Grau de satisfacció de la destinació.
- Nombre de productes turístics comercialitzats.
- Nombre de llits disponibles.
- Increment visites espais culturals.
- Increment visites a espais naturals.

Visió estratègica: Cal realitzar una activació del sector turístic, per tal de projectar-lo i esdevenir un motor econòmic complementari a la comarca. Cal millorar en la compactació i definició de producte, així com en els mecanismes de promoció i comercialització, generant un posicionament i imatges turístiques clares.

Eixos claus en la visió estratègica:

- Necessitat d'activació del sector turístic.
- Motor econòmic complementari
- Millorar en processos de l'activitat turística.
- Imatges turístiques

Tres grans eixos de la proposta estratègica: Continuïtat en el model, Hiperespecialització i Imatge turística.

Públics objectius als quals es basen les diferents accions que es proposen desenvolupar:

- Àrea metropolitana de Barcelona.
- Barcelona ciutat turistes internacionals.
- Sud de França
- Àrea metropolitana de Girona
- Agents turístics del territori.
- Habitants de la comarca.

A continuació es presenta el pressupost d'ingressos aprovat al 2021 amb el detall final:

FINANÇAMENT	APROVAT 2021	ESTAT NOVEMBRE 21
Aportacions ajuntaments i associacions de privats	51.565 €	49.815 €
Contracte programa Diputació de Barcelona	140.000 €	151.165,50 €
Impost sobre establiments turístics	9.000 €	14.426,5 €
Subvenció xarxa Diputació de Barcelona	10.000 €	9.100 €
Subvenció ACA redacció pla usos pantà Sau	27.000 €	27.000 €
Aportacions ajuntaments redacció pla usos pantà Sau	9.300 €	9.300 €
Subvenció Consell Català Esport - Impacte	8.000 €	0 €
Retribució i assegurances auxiliar administratiu	- 26.635 €	- 26.635 €
Retribució i assegurances tècnic de turisme	- 36.836 €	- 36.836 €
Despeses indirectes	- 25.039 €	- 25.039 €
TOTAL PLA D'ACCIONS	166.361 €	172.297 €

ESTAT PRESSUPOST PLA D'ACCIONS 2021

ACCIONS PER ÀMBITS DE TREBALL 2021		Cost aprovat 2021	Cost a novembre 2021
ÀMBIT DE TREBALL 1: DINAMITZACIÓ I ASSISTÈNCIA TÈCNICA ALS AJUNTAMENTS I A LES EMPRESES		2.250,00 €	4.000,00 €
1.1	Assessorament a ajuntaments i empresaris membres d'Osona Turisme.	Cost tècnic	Cost tècnic
1.2	Suport a ajuntaments membres d'Osona Turisme en l'elaboració de fulls de ruta de turisme	Cost tècnic	Cost tècnic
1.3	Comunicació permanent als membres del Consell General	Cost tècnic	Cost tècnic
1.4	Dinamització de la taula de tècnics de turisme, oficines de turisme i punts d'informació de la comarca.	Cost tècnic	Cost tècnic
1.5	Creació i consolidació de grups de treball d'agents turístics d'Osona: MICE, Camí Oliba, Fet a Osona i Taula de Turisme d'Alotjaments i Taula de Turisme d'Empreses d'Activitats	500,00 €	Cost tècnic
1.6	Comunicació permanent a través de butlletins electrònics al sector turístic d'Osona	Cost tècnic	Cost tècnic
1.7	Organització de la IX Nit del Turisme	1.750,00 €	4.000,00 €
ÀMBIT DE TREBALL 2: CREACIÓ I MILLORA DEL PRODUCTE TURÍSTIC		81.600,00 €	64.820,64 €
2.1	Impulsar nous productes turístics a través d'experiències de turisme natural, cultural i gastronòmiques	3.000,00 €	3.036,29 €
2.2	Impulsar projectes conjunts amb la ciutat de Vic	2.000,00 €	Cost tècnic
2.3	Implantar el turisme accessible a Osona	5.000,00 €	2.420 €
2.4	Desenvolupar el projecte "Osona: paisatge, tradició i cultura".	Pressupost FEDER	Pressupost FEDER
2.5	Impulsar la marca Paisatges Barcelona	5.000,00 €	5.281,15 €
2.6	Dinamització de projecte "Osona, territori camper"	2.000,00 €	Cost tècnic
2.7	Dinamització del projecte Fet a Osona (inclou concurs Aliments Excel·lents i accions relacionades amb gastronomia proposades al Pla de MKT)	5.500,00 €	7.881,94 €

2.8	Dinamització del projecte Osoning (inclou subvenció ACA per la redacció Pla usos pantà de Sau i accions proposades de turisme esportiu al Pla MKT)	47.300,00 €	34.561,06 €
2.9	Membres de l'Associació Rutes del Romànic, dinamització del projecte Camí Oliba - GR 151	7.600,00 €	7.206,20 €
2.10	Membres de la Carta Europea de Turisme Sostenible del Parc natural del Montseny	Cost tècnic	Cost tècnic
2.11	Gestió i manteniment dels centres BTT Plana de Vic, Vall de Sau Collsacabra i Lluçanès	4.000,00 €	4.434,00 €
2.12	Membres de Catalunya Film Comission	Cost tècnic	Cost tècnic
2.13	Afiliació Agència Catalana de Turisme i adhesió a noves marques	200,00 €	Cost tècnic
2.14	Desenvolupar el pla comarcal de senyalització	Cost tècnic	Cost tècnic
ÀMBIT DE TREBALL 3: ACCIONS DE MILLORA I COMPETITIVITAT		1.761,00 €	152,00 €
3.1	Implantació i desenvolupament com a ens gestors del segell Biosphere	Cost tècnic	152,00 €
3.2	Renovació del compromís Biosphere com a destinació Osona i desenvolupament del pla d'accions	40,00 €	Cost tècnic
3.3	Dinamització d'una taula de tècnics del Consell Comarcal d'Osona per treballar en el turisme sostenible.	Cost tècnic	Cost tècnic
3.4	Organització de la formació Punts d'Informació Turística	Cost tècnic	Cost tècnic
3.5	Suport en l'organització dels Tallers de Turisme	Cost tècnic	Cost tècnic
3.6	Organització de la formació sobre necessitats detectades	1.221,00 €	Cost tècnic
3.7	Coordinació i homogeneització atenció i informació turística	500,00 €	Cost tècnic
ÀMBIT DE TREBALL 4: ACCIONS DE PROMOCIÓ, COMUNICACIÓ I COMERCIALIZACIÓ		80.750,00 €	66.743,86 €
4.1	Millora i manteniment de la web d'Osona Turisme	1.500,00 €	1.104,08 €
4.2	Dinamitzar la web d'agenda d'esdeveniments comarcals	1.000,00 €	Cost tècnic
4.3	Banc imatges turístiques d'Osona	3.500,00 €	2.076,97 €
4.4	Accions de comunicació, màrqueting digital, publicitat digital i convencional	53.000,00 €	39.230,63 €
4.5	Accions de suport a la promoció de municipis i territoris d'Osona (taxa)	9.000,00 €	14.530,25 €

4.6	Participació i promoció de fires: locals, Catalunya i Europa i promoció al mercat de dissabte a la Plaça Major de Vic de l'oferta comarcal	4.000,00 €	4.025,76 €
4.7	Contacte amb intermediaris i organització de trips propis i per part d'altres organismes (Diba i ACT)	4.000,00 €	3.914,47 €
4.8	Edició de fulleteria específica, reedició de material i elaboració material marxandatge	4.000,00 €	1.861,7 €
4.9	Promoció a través d'accions amb la UVic	500,00 €	Cost tècnic
4.10	Participació a workshops	250,00 €	Cost tècnic
ÀMBIT DE TREBALL 5: GESTIÓ I PLANIFICACIÓ DEL TERRITORI			3.025,00 €
5.1	Col·laboració amb el Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona en investigació de mercat: enquesta a turista, TDS	Cost tècnic	Cost tècnic
5.2	Osona Turisme Lab	Cost tècnic	Cost tècnic
5.3	Suport en la planificació i gestió d'espais d'interès turístic	Cost tècnic	3.025,00 €
ÀMBIT DE TREBALL 6: ALTRES ACCIONS DE GESTIÓ I FUNCIONAMENT			
6.1	Gestió de consultes per part de turistes, intermediaris, ...	Cost tècnic	Cost tècnic
6.2	Gestió de les reunions del Consell d'Administració i del Consell General	Cost tècnic	Cost tècnic
6.3	Assistència a reunions convocades per altres entitats.	Cost tècnic	Cost tècnic
6.4	Gestió convenis i subvencions	Cost tècnic	Cost tècnic
6.5	Control del pressupost	Cost tècnic	Cost tècnic
TOTAL PLA D'ACCIONS		166.361,00 €	138.741,50 €

MEMÒRIA PLA D'ACCIONS OSONA TURISME 2021

A continuació es presenta la memòria d'accions realitzades fins al moment en base al pla d'accions aprovat pel 2021.

Àmbit 1: Dinamització i assistència tècnica a ajuntaments i empreses

En aquest àmbit es desenvolupen actuacions específiques per donar suport constant a tots els agents de la comarca que treballen en el sector turístic, des dels ajuntaments fins a les empreses privades.

Objectius estratègics d'aquest àmbit:

- Articular i connectar els actors del territori.
- Realitzar una proposta estratègica turística fomentada en el paper actiu dels actors turístics i de la ciutadania.
- Potenciar la connexió entre empresa i territori.

Accions desenvolupades:

1.1 Assessorament a ajuntaments i empresaris que formen part d'Osona Turisme.

Els ajuntaments adherits a Osona Turisme disposen d'un assessorament tècnic continuat per tal de desenvolupar turísticament el municipi en aquells casos que es requereixi o treballar conjuntament amb les polítiques turístiques ja marcades pel consistori. Al mateix temps s'assessora a les empreses turístiques del municipi en els temes que es requereixin. Aquest assessorament també es realitza amb les associacions turístiques i entitats privades adherides a Osona Turisme.

Tasques realitzades:

A més de l'assessorament continuat i per la necessitat d'involucrar al sector privat, tal i com remarca el Pla de màrqueting, es va establir iniciar visites a les empreses turístiques d'Osona, principalment allotjaments i empreses d'activitats.

L'objectiu principal d'aquestes visites és donar a conèixer Osona Turisme i detectar les necessitats de les empreses. Un cop planificades les visites es comunica al contacte que tenim de cada ajuntament quan anem a visitar les empreses del municipi.

El mes d'abril es van iniciar les visites a les empreses turístiques dels municipis membres d'Osona Turisme i alguns dels municipis visitants han estat: Vidrà, Santa Maria de Besora,

Sant Quirze de Besora, Montesquiu, Vilanova de Sau, Folgueroles, Sant Julià de Vilatorrada i Calldetenes.

La resposta per part de les empreses és molt positiva i és de gran utilitat per tal de posar al dia la base de dades i recuperar empreses amb menys implicació.

1.2 Suport a ajuntaments membres d'Osona Turisme en l'elaboració de fulls de ruta de turisme.

A principis d'any s'envia un correu oferint als ajuntaments suport en l'elaboració d'un full de ruta de promoció turística municipal per tal d'escollir 3 ajuntaments per desenvolupar correctament aquesta acció. L'objectiu d'aquesta tasca consisteix en detectar les necessitats i objectius en quan a turisme del municipi per tal d'establir un petit full de ruta. Un cop s'estableix aquest full de ruta es complementa amb donar suport a l'ajuntament a elaborar les peticions corresponents al Catàleg de Serveis de la Diputació de Barcelona per a iniciar el desenvolupament de les actuacions proposades així com de la línia "Planificació i gestió turística" per tal de disposar, segons les necessitats detectades, d'un estudi amb més profunditat.

Tasques realitzades:

A principi d'any es va enviar un correu electrònic per a oferir el suport en l'elaboració d'un full de ruta de turisme als municipis adherits a Osona Turisme i es va proposar posar uns requisits de prioritització per a escollir els municipis en cas que hi hagués més de tres peticions o acabant amb un sorteig en cas que totes complissin els requisits:

- Ajuntament que no hagin rebut el suport en anys anteriors.
- Ajuntament sense tècnic de turisme o altre tècnic.
- Municipi amb un nombre d'allotjaments i/o empreses turístiques elevat.

Aquest any s'ha donat suport als municipis de Viladrau, Balenyà i Santa Eugènia de Berga. En tots tres casos s'han realitzat reunions amb l'alcalde o regidor designat i s'ha treballat per a consensuar una primera proposta de full de ruta on s'han detectat principalment les singularitats turístiques de cada municipi i en algun cas s'ha desenvolupat una breu proposta de pla d'accions.

1.3 Comunicació permanent als membres del Consell General.

Es manté una comunicació continuada amb els membres per tal d'informar-los de totes les accions que es van desenvolupant des de l'entitat i trametre'ls les informacions d'interès en referència a temes turístics. A part de les dues reunions del Consell General que es realitzen a l'any, una a mitjans d'any per informar de l'estat del pla d'accions i una a final d'any per aprovar la memòria i el pla d'accions de l'any següent, s'envia mensualment, després de les reunions del Consell d'Administració (que es realitzen un cop al mes) un document amb l'explicació de l'estat de les tasques que es van desenvolupant.

Tasques realitzades:

Aquest any s'han realitzat 9 reunions del Consell d'Administració per fer el seguiment del pla d'accions i una reunió al mes de juliol del Consell General on es va donar compte de l'estat del pla d'accions 2021 i una altre al desembre per aprovar la memòria i el pla d'acció i pressupost de l'any vinent.

1.4 Dinamització de la taula de tècnics de turisme, oficines de turisme i punts d'informació de la comarca.

Es continua amb el funcionament de la taula de treball amb tècnics de turisme, punts d'informació i oficines turístiques per tal d'establir un punt de trobada on intercanviar informació i debatre línies de treball i de comunicació. Fins al moment la taula de treball la conformen uns 24 ajuntaments i entitats, s'estableix un calendari de reunions trimestrals (aproximadament març, juny, setembre i desembre) i es manté un contacte continuat via correu electrònic.

Tasques realitzades:

Aquest any la taula de tècnics de turisme s'haurà reunit en tres ocasions, l'11 de març i el 10 de juny en format online, el 16 de setembre ja es va recuperar la presencialitat amb una reunió en un dels allotjaments de Vic per a conèixer els espais i amb la vista posterior al Vicpuntzero, i el 16 de desembre.

1.5 Creació i dinamització de grups de treball d'agents turístics d'Osona.

L'objectiu principal d'aquesta acció és establir espais de trobada amb els agents del sector turístic en base a temàtiques o projectes específics a treballar conjuntament i definir línies de treball futures. Actualment hi ha actius tres grups de treball sobre el projecte del Camí Oliba, la temàtica de turisme de reunions (MICE) i les empreses agroalimentàries visitables del projecte Fet a Osona. A finals de l'any passat també es van iniciar les Taules de Turisme d'Allotjaments i d'Empreses d'Activitats i es continuaran amb mínim dues reunions anuals.

Tasques realitzades:

Durant aquest any s'ha anat treballat amb cada un dels grups de treball i concretament:

- Camí Oliba: amb el grup d'empresaris i entitats del Camí Oliba el dia 6 de maig es va portar a terme una sortida de familiarització amb la voluntat de conèixer de primera mà i revisar el camí, es va recórrer el tram des de Sant Julià de Vilatorrada fins a Sant Pere de Casserres, fent parada a Tavèrnoles per esmorzar. Van participar 10 persones les quals van detectar algunes errades de senyalística i van aprofitar la jornada per crear vincles i sinergies entre elles. Es preveu que els membres del grup participin també al cicle de conferències organitzat per l'Associació Rutes del Romànic per tal de donar a conèixer la figura del bisbe i abat Oliba: <https://www.camioliba.cat/sorganitza-un-cicle-de-conferencies-relacionades-amb-el-mon-medieval-i-la-figura-doliba/>
- MICE: aquest any s'ha treballat per tal de consolidar el grup d'empreses i entitats que formen aquest grup ja que hi ha poca participació. De moment s'està treballant amb un suport extern per tal de detectar les empreses i entitats del sector turístic que realment treballen en aquesta tipologia de turisme per tal de professionalitzar el grup creat fins al moment.

- Empreses agroalimentàries Fet a Osona: aquest any s'està analitzant com treballar amb aquest grup ja que les convocatòries que s'han realitzat fins al moment hi ha hagut poca participació.
- Taula de Turisme d'Allotjaments: aquest any la taula d'allotjaments s'ha especialitzat per tal de treballar en el turisme esportiu i concretament en la creació de producte de cicloturisme amb l'assessorament d'una empresa externa. El dia 1 de juny es va convocar la taula d'allotjaments amb una sessió específica per treballar el cicloturisme. Hi van assistir 5 allotjaments, tot i que es va rebre interès per part d'altres allotjaments que no van poder participar a la sessió. La Taula de Treball es va estructurar en 3 parts, inicialment es va presentar el perfil de turisme esportiu i cicloturisme a la comarca així com les potencialitats, oportunitats i propostes de treball per part d'Osona Turisme i Osoning, seguidament es va aprofundir en el cicloturisme i en les necessitats dels allotjaments per incorporar-se a aquest mercat per part de l'empresa Cycling Friendly, empresa especialitzada en l'assessorament i comercialització d'aquest mercat, finalment hi va haver torn obert de paraules. Es preveu establir un pla d'accions per treballar aquest segment de mercat, així com posar la sessió a disposició de la resta d'empreses a l'Intranet.
- Taula de Turisme d'Empreses d'Activitats: donant continuïtat a la iniciativa sorgida a finals de l'any passat, aquest any s'ha treballat en la creació d'un calendari de sortides guiades. S'han realitzat diferents reunions per tal de desenvolupar l'acció tal i com s'explica a l'acció

1.6 Comunicació permanent al sector turístic d'Osona a través del butlletí.

Enviament mensual a tota la base d'agents turístics de la comarca (amb uns 626 subscriptors). Actualment l'estructura del butlletí es basa en 4 apartats: un per donar a conèixer recursos turístics de la comarca, un altre amb notícies d'interès, un de formació i un últim de píndola de sostenibilitat.

Tasques realitzades:

Aquest any s'ha continuat amb l'enviament mensual dels butlletins dirigits a professionals i s'ha realitzat una nova estructura amb blocs d'informació segons temàtiques: notícies d'interès, píndoles de sostenibilitat, formacions, dades rellevants i informació turística. En campanyes puntuals, com la d'estiu, s'ha incorporat un bloc com a destacat.



NOTÍCIES INTERESSANTS

UN RECORREGUT PELS ORÍGENS MEDIEVALS DE CATALUNYA

El Camí d'Oliba és un sender de gran recorregut que connecta algunes de les obres més emblemàtiques de l'art romànic català. Transcorre entre Montserrat i els Pirineus, i passa per algunes de les ciutats amb més història de Catalunya.

És un autèntic museu al mig de la natura. [DESCOBREIX-LO!](#)

MÉS INFORMACIÓ



ELS AGENTS TURÍSTICS D'OSONA CONSOLIDEN L'APOSTA PER LA SOSTENIBILITAT TURÍSTICA A LA COMARCA

46 empreses, administracions i destinacions reben el distintiu del "Compromís per a la Sostenibilitat Turística Destinació Barcelona Biosphere" a Osona.

MÉS INFORMACIÓ



CUIDEM OSONA



FORMACIONS

AGENDA PER LA TRANSFORMACIÓ DIGITAL - CREACIÓ

[Informació i inscripcions](#)

#FORMACIOTURISMECAT - AGÈNCIA CATALANA DE TURISME

[Apunta't aquí](#)

TALLERS DE TURISME - CAMBRA DE BARCELONA

[Inscriu-te aquí](#)

CONCURS D'INNOVACIÓ MIRO IN CUBE 2021: TURISME I RESILIÈNCIA

[Inscriu-te aquí](#)

MICE TIC DAY - AGÈNCIA CATALANA DE TURISME

[Apunta't aquí](#)

ACCIÓ PILOT D'ADAPTACIÓ AL CANVI CLIMÀTIC PER ALS SECTORS AGRARIS I TURÍSTIC A LA R.B DEL MONTSENY

[Informació i inscripcions](#)

PROPERES ACTIVITATS DEL SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL

[Apunta't aquí](#)

DADES RELLEVANTS

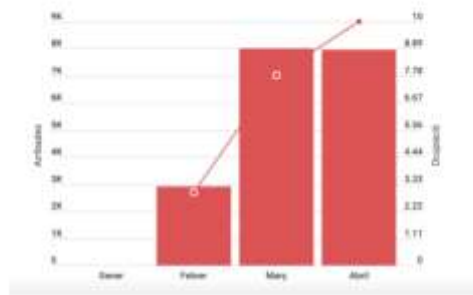
CONSULTA LES DADES D'INTERÉS DEL MES D'ABRIL

Descobreix l'evolució de les ambades i l'ocupació d'Osona durant el mes d'abril, així com una comparativa respecte a l'any passat i molt més!

[Consulta les dades d'interés del mes d'abril](#)

EVOLUCIÓ ANUAL

ARRIBADES / OCUPACIÓ (OFERTA AMPLIADA)



2 MUNICIPIS 4 CURIOSITATS

UNA MANERA DIFERENT DE CONÈIXER LA NOSTRA COMARCA



1. OLOST

Olost és al sud de l'altiplà del Lluçanès, en una petita vall solcada per la riera d'Olost a 580 metres d'altitud. La riera de La Gavarnesa i la riera del Lluçanès, un dels seus afluents, travessen paral·lels de nord a sud el poble per la banda occidental.

CULTURA: Terra de patrimoni, amb una cultura excel·lent... A Olost pots visitar l'Ermida de Sant Adalberto, on pots contemplar una excel·lent panoràmica del poble, o descobrir la vida del bandoler Perot a l'Espai Perot Rocaguinarda.

NATURA: El pantà de Rebass, construït el 1945, té més d'1 km i mig de longitud i rep l'aigua de La Gavarnesa. És valorat per la bellesa del paisatge que envolta i la diversitat d'espècies animals que hi habiten.

ESPORT: El Lluçanès disposa de 8 rutes amb un total de 220,13 km senyalitzats. Es tracta de 2 rutes verdes, 2 rutes blaves i 3 rutes vermelles. A Olost pots gaudir de les rutes 6 i 7. [Descobreix-les aquí!](#)

FIRES I FESTES: A l'agost es celebra la Festa Major de Santa Creu de Jutgar (jocs, sardanes, actuacions...), o també pots gaudir de la Fira Rocaguinarda amb espectacles teatrals.

2. RUPIT I FRUIT

Si hi ha a Catalunya un lloc on el paisatge ha trobat l'equilibri perfecte entre la grandiositat geològica i l'escala humana, aquest és el Collsacabra, al centre del qual hi ha Rupit, un poble que sembla fet per admirar-lo i que conserva la calma antiga dels seus carrers empedrats i emmarcats per cases dels segles XVI i XVII.



CULTURA: Rupit i Fruit està ple de llocs d'interès, com ara el Pont Penjat, la Ferreria, entre d'altres... Tot el seu nucli és una atracció que t'atraparà per la seva bellesa.

NATURA: Ben a prop de Rupit i Fruit es troba un dels safirs més coneguts de Catalunya, el Bosc del Salent. Demanem, però, responsabilitat a tots els visitants per conservar aquest territori que tant estimem.

ESPORT: Hi ha molts senders per gaudir de la teua bicicleta, per practicar el turisme actiu que tant ens agrada... [Descobreix les rutes 6 i 13 del Centre BTT Vall de Siu Collsacabra.](#)

FIRES I FESTES: Per conèixer l'essència de Rupit i Fruit és imprescindible viure les festes que s'hi celebren. El [calendari festiu](#) del municipi és ampli.

Incorpora'ns al teu butlletí, web, mailing... Dona un valor afegit als teus clients.

Si vols descobrir tot el que pots fer a Osona, consulta la [pàgina web](#) i els [butlletins digitals](#).

1.7 Organització de la IX Nit del Turisme.

A finals d'any s'organitza aquest esdeveniment que pretén ser un punt de trobada obert a tot el sector turístic d'Osona per tal de donar la informació pertinent sobre accions d'interès relacionades amb Osona Turisme i potenciar la participació i el contacte dels agents turístics.

Tasques realitzades:

El dia 2 de desembre els celebra la IX Nit del Turisme d'Osona, per primer cop fora de l'Edifici El Sucre de Vic que és on s'havia organitzat sempre. L'acte es fa a Manlleu, la primera part al Teatre Centre amb l'explicació del què s'està treballant des d'Osona Turisme, l'entrega de diplomes del programa Punts d'Informació Turística i compromís Biosphere i es donarà a conèixer els guanyadors del concurs Fet a Osona: aliments excel·lents. A continuació es farà un pisolabis elaborat per Osona Cuina a la sala de Can Puget. Es limita l'assistència a 125 persones.

Àmbit 2: Creació i millora del producte turístic

En aquest àmbit es desenvolupen actuacions específiques per dinamitzar el sector turístic d'Osona a través de la creació de nous productes i experiències turístiques i en la millora i consolidació de productes turístics existents.

Objectius estratègics d'aquest àmbit:

- Adaptació i millora de l'oferta turística existent.
- Fomentar i diversificar la cartera de productes turístics.
- Crear ocupació a la comarca tot fomentant la igualtat d'oportunitats i la no discriminació.
- Buscar i potenciar nous vasos comunicants de l'activitat turística amb altres sectors econòmics i socials del territori.

Accions desenvolupades:

2.1 Impulsar nous productes turístics a través d'experiències de turisme natural, cultural i gastronòmiques.

A partir de l'aprovació del Pla de Màrqueting de Turisme s'ha començat a treballar en el plantejament per a crear producte turístic: es plantegen dos tipus d'actuacions, per una banda crear experiències turístiques comarcals de natura, cultura i gastronomia i per altra impulsar la comercialització de paquets turístics. Inicialment, les propostes de creació d'experiències turístiques es basen en:

- *Creació d'un calendari anual de visites guiades.*
- *Creació d'un carnet cultural de la comarca.*
- *Creació d'un carnet actiu de la comarca.*
- *Creació d'experiències entorn a la gastronomia.*
- *Implantar les marques de promoció de l'Agència Catalana de Turisme, sobretot la de turisme familiar.*

Pel què fa a la comercialització de productes turístics, cal centrar-ho en què volen i què necessiten els intermediaris.

Tasques realitzades:

Aquest any s'ha treballat amb les empreses de guiatge de la comarca per tal de crear una proposta de calendari de visites i rutes guiades cada cap de setmana durant un any. Es va treballar amb les empreses per a recollir totes les propostes i organitzar-les i es van buscar vies per a poder fer la reserva i venda online de les activitats sota un mateix paraigües.

El 18 de febrer hi va haver una reunió amb les empreses per anar concretant els diferents aspectes de l'acció i el calendari es va iniciar al mes d'abril amb la publicació d'un calendari trimestral amb propostes cada cap de setmana: <https://osonaturisme.cat/calendari-de-rutes-guiades-a-osona/>

S'han establert una sèrie de condicionants (nombre mínim participants, preu mínim sortida, ...) i s'ha establert realitzar les reserves a través de la plataforma Loriun amb l'adreça específica osonaturisme.loriun.com.

Durant aquests mesos tot i que a nivell d'empreses i de consultes hi ha bons resultats, s'han pogut portar a terme poques sortides per manca de vendes.

Per altra banda i relacionat amb temes culturals, s'han reprès les reunions del Consell Assessor de Museus d'Osona, amb la voluntat de continuar treballant conjuntament i generar sinergies entre els museus de la comarca. Durant aquest any, s'han realitzat 3 trobades en la que s'han establerts línies de treball conjunts.

El mes de maig es va presentar de forma conjunta el Dia Internacional dels Museus a Osona, cada museu va presentar les seves activitats i en coordinació amb Serveis Socials i els espais Activa't del Consorci de Serveis Socials i Mancomunitat la Plana, es va potenciar la companya "Donem la benvinguda a la gent gran" en la que els diferents museus van oferir visites guiades adaptades a diferents grups de gent gran. També en marc d'aquesta acció es va organitzar una campanya amb una influencer @planteaenverde, en la que es va vincular el patrimoni cultural i els museus amb la sostenibilitat i els 17ODS.

En paral·lel els museus han plantejat un projecte conjunt el qual es treballarà en el Pla d'Accions 2022. La proposta consisteix en un joc de pistes per un públic familiar, en que cada museu ha de proposar un "mini joc" que ajudarà a les famílies a resoldre un misteri final. El valor afegit d'aquesta proposta és que cada "mini joc" fa conèixer el museu i complementa a la resta. Les temàtiques d'unió entre els museus seran, la força de la natura, el joc i el concepte "Escolta, mira respira el patrimoni i la natura a Osona"

2.2 Impulsar projectes conjunts amb la ciutat de Vic.

Vic com a producte turístic és un element important en l'aposta de valor de la comarca, tal i com es defineix al pla de màrqueting. Per tant, es treballarà per a establir col·laboracions i actuacions coordinadament amb la política turística de Vic que han de permetre una major simbiosi entre Vic i Osona.

Tasques realitzades:

Una de les línies de treball que es van detectar per treballar conjuntament amb altres municipis de la comarca com Rupit va ser la de creació de producte turístic entorn a l'artesanía. A través del catàleg de serveis de la Diputació de Barcelona es va demanar una subvenció per tal de donar suport a l'actuació però va ser denegada. Es treballarà per tal de poder-la tornar a demanar l'any vinent i iniciar així aquesta actuació.

2.3 Implantar el turisme accessible a Osona.

Osona aposta per una hiperespecialització basada en l'accessibilitat turística. En el plantejament estratègic del pla de màrqueting es posa de manifest la possibilitat d'especialitzar-se en un segment de mercat en que es pugui exercir un lideratge clar i

diferenciador. El posicionament entorn al Tourism for All i l'accessibilitat pot exercir com a element diferenciador, al mateix temps que va en acord als valors que vol transmetre la destinació. Es focalitzaria l'accessibilitat en problemes de discapacitat visual, acústica, mobilitat en cadira de rodes i mobilitat reduïda. Les tasques per a desenvolupar aquesta actuació es basaran en:

- Col·laboració amb entitats per saber l'estat de la qüestió.
- Criteris d'accessibilitat i validació d'espais.
- Pla de desenvolupament de turisme accessible.

Tasques realitzades:

Tal i com estableix el Pla de Màrqueting del Turisme d'Osona, la comarca d'Osona s'ha d'especialitzar en turisme accessible. S'ha detectat un projecte implantat pel Baix Empordà en quan a accessibilitat turística i es proposa poder signar un conveni amb aquest consell comarcal per tal de seguir amb la seva metodologia i poder utilitzar el manual de bones pràctiques i una plataforma digital que han creat pel projecte.

Amb el suport d'una consultoria especialitzada, els passos que es començarien a implantar per a iniciar el projecte serien:

- Conèixer l'estat actual d'Osona i la seva oferta i per tant fer una validació del nivell d'adaptació dels diferents espais turístics: a partir de l'eina cedida pel Baix Empordà els establiments poden fer una diagnosi inicial i el sistema genera automàticament un informe de resultats i millores.
- Sensibilització dels agents turístics d'Osona a partir de cursos de formació.
- Adaptació del manual de bones pràctiques del Baix Empordà i planificació de la implantació del segell.
- Acords de col·laboració amb diferents entitats: creació d'una taula d'accessibilitat.

2.4 Desenvolupar el projecte “Osona: paisatge, tradició i cultura”

Es continuarà amb l'execució del projecte “Osona: paisatge, tradició i cultura” amb finançament FEDER i Pla de Foment de Turisme un total de 14 municipis en els quals es realitzaran actuacions. Es treballarà en les tasques per a portar a terme les licitacions i l'execució de les diferents actuacions que es basen en:

- *Desenvolupament de Museus i Centres d'Interpretació de patrimoni cultural i natural entorn a jaciments arqueològics, caramelles i boscos de ribera.*
 - *Tona: Ampliació Centre Interpretació del Camp de les Lloses.*
 - *Sant Julià de Vilatorrada: centre d'interpretació de les Caramelles.*
 - *Sant Pere de Torelló: l'Espai d'interpretació dels ecosistemes de ribera.*
- *Projecte d'integració comarcal identitari per destacar els valors del territori comú. Creació d'una Xarxa de Miradors d'Osona a 6 municipis.*
- *Art Urbà: proposta d'acció cultural que mostra, des d'una mirada artística i principalment a través dels murals, la singularitat de 5 municipis d'Osona.*
- *Triescape: turisme, diversió i cultura: una proposta de turisme familiar, lúdic i cultural en equip que combina tres jocs de proves: el geocaching, la gimcana i el room escape, i a través dels quals es descobreixen els trets identitaris dels 6 municipis on es realitzarà, l'entorn natural, el nucli antic i la seva història.*

Tasques realitzades:

Durant aquests mesos s'han anat iniciant l'execució de les diferents actuacions del projecte, <https://ccosona.cat/feder> i concretament:

- Han finalitzat les obres d'ampliació del Centre d'Interpretació del Camp de les Lloses.
- S'ha finalitzat la redacció del projecte executiu de Miradors als 6 miradors participants: Els Munts – Sant Agustí de Lluçanès, Perafita, Roc Llarg - Sant Bartomeu del Grau, Sant Quirze de Besora, Bellmunt – Sant Pere de Torelló i Cabrera – l'Esquirol.
- Ha finalitzat l'actuació d'adequació d'una sala pel Room Escape de Viladrau.
- Al juliol es va iniciar l'execució del projecte Triescape i s'estan desenvolupant les actuacions a cada un dels 5 municipis participants.
- Al mes d'octubre va sortir publicada la licitació de l'actuació Art Urbà d'Osona.
- Al mes de novembre va sortir publicada la licitació de la comunicació del projecte.

2.5 Impulsar la marca Paisatges Barcelona.

A partir de la tasca iniciada al 2018 en relació en la dinamització de la marca Paisatges Barcelona es preveu poder continuar incidint en el treball conjunt de les comarques que en formem part: Osona, el Moianès, el Bages i l'Anoia. L'objectiu és establir les bases de com promocionar turísticament aquest territori, trobar projectes conjunts a desenvolupar i realitzar accions de promoció conjuntes. Al 2020 s'ha iniciat un suport extern per a l'anàlisi i creació de producte enfocat a mercats internacionals que es vol potenciar durant aquest any.

Tasques realitzades:

Es continua treballant amb les comarques de l'Anoia, Bages i Moianès per a promocionar la marca Paisatges Barcelona. A partir del mes de juny i finançat per Diputació de Barcelona es va iniciar el suport a la marca a través d'una empresa externa que realitza les tasques de secretaria tècnica. Inicialment es va treballar per a fer un anàlisi dels objectius i estratègia de la marca i definir un pla d'accions a desenvolupar fins a final d'any.

Les accions que s'han portat a terme són:

- Assistència a la fira Expovacaciones de Bilbao amb un taulell dins l'estand de Diputació de Barcelona.
- Organització de trips: s'han organitzat dos blogtrips (13-17 octubre) per tal de promocionar el territori amb les temàtiques de cultura i actiu. En cada un dels trips hi participen 4 bloggers de diferents comunitats autònomes amb l'objectiu que coneguin i promocionin l'oferta turística de les comarques a través dels diferents canals de què disposen. En el cas d'Osona, la part de cultura van visitar Vic i una empresa agroalimentària, visita a Sant Pere de Casserres i el jaciment de Puig Ciutat. Els bloggers d'actiu van fer una ruta de senderisme pel Bisaura, kayak al pantà de Sau i ruta amb bicicleta entre Sant Julià de Vilatorrada i Vic.
- Trip d'influencer a través d'en Peyu: entre els mesos d'octubre i desembre aquest personatge fa estada a les 4 comarques de Paisatges Barcelona en diferents caps de setmana per tal de promocionar el territori i els recursos turístics a través de les seves xarxes que tenen molts seguidors.

- Al mes de novembre es va assistir amb un taulell dins l'estand de Diputació de Barcelona a la Fira de Mostres de Girona.

2.6 Dinamització de projecte "Osona, territori camper".

El pla de màrqueting destaca aquest projecte com un dels estratègics i que cal potenciar. El projecte el formen 12 àrees d'autocaravanes ubicades als municipis de Sant Julià de Vilatorrada, Torelló, l'Esquirol, Manlleu, Rupit, Les Masies de Voltregà, Prats de Lluçanès, Sant Pere de Torelló, Vic i Viladrau. Per a potenciar el projecte es treballarà en:

- *La millora i homogeneïtzació de les diferents àrees.*
- *Anàlisi de l'increment nombre d'àrees.*
- *Promoció específica d'aquest servei.*
- *Valoració de la possibilitat d'organitzar una fira o esdeveniment al voltant d'aquesta temàtica.*

Tasques realitzades:

Al mes de febrer es va fer una reunió online amb els diferents ajuntaments que disposen d'una àrea d'autocaravanes per tal de fer seguiment del projecte. En aquesta reunió es van comentar diferents aspectes a tenir en compte per a millorar el bon estat de les àrees, es va comentar el nou decret de Turisme de Catalunya en relació a aquesta modalitat d'allotjament i sobre la importància de publicitar i informar sobre el sistema de pagament de què disposen algunes àrees.

Una altre de les tasques realitzades en relació a aquest projecte ha estat la detecció de webs específiques sobre àrees d'autocaravanes, contactant amb elles i introduint o complementant la informació que apareixia. També s'han analitzat aquestes plataformes i s'ha redactat un informe relacionat analitzant les àrees d'Osona Territori camper, tenint en compte la repercussió, els comentaris, els punts forts i els punts febles, s'han detectat espais d'interès per adaptar com a àrea i s'han fet propostes de millora pel turisme camper a la comarca.

2.7 Dinamització del projecte Fet a Osona.

Fet a Osona és la marca que s'utilitza per a promocionar els productes agroalimentaris de la comarca. A nivell turístic es treballa en diferents actuacions per a promocionar el turisme gastronòmic:

- *Campanyes gastronòmiques: tòfona i castanya*
- *Fet a Osona: visites a empreses agroalimentàries. Dinamitzar i promocionar el grup d'empreses que ofereixen visites a les seves instal·lacions per a donar a conèixer els productes i el procés de producció.*
- *Fet a Osona: aliments excel·lents. Aquesta actuació es basa en un concurs per a seleccionar els 10 productes agroalimentaris de la comarca que durant tres anys seran els ambaixadors de la promoció gastronòmica d'Osona. Creació aporta en aquesta actuació la part de suport empresarial.*

Tasques realitzades:

Ja fa un temps que s'estava treballant per a desenvolupar un projecte per a seleccionar productes agroalimentaris que facin d'ambaixadors a la comarca. A través del projecte Fet a Osona, s'ha ideat un concurs que es basa en seleccionar 10 productes elaborats a Osona sota el nom de Fet a Osona: aliments excel·lents: <https://fetaosona.cat/aliments-excellents/>

Durant el primer semestre es va treballar per a desenvolupar la part legal del projecte i el Consell Comarcal d'Osona va aprovar les bases i la convocatòria del concurs que es va posar en marxa al mes de juliol per tal que els empresaris agroalimentaris d'Osona poguessin presentar les sol·licituds per a concursar amb els seus productes: <https://ccosona.cat/convocatoria-concurs-fet-a-osona-aliments-excel-lents>

Un cop tancada la inscripció el 17 de setembre es va realitzar una primera selecció en base als requisits establerts a les bases. El dia 7 d'octubre a través d'un tast per part d'un jurat expert es van seleccionar els productes finalistes de cada una de les categories que es van definir a les bases del concurs. Finalment tres categories han quedat desertes, una per manca de participants i dues perquè el jurat va decidir deixar-les desertes.

El 25 d'octubre es va obrir la web amb els productes finalistes de les 7 categories restants per tal que d'iniciar la votació popular. Aquesta votació popular va finalitzar el 26 de novembre.

D'aquesta votació en surt la cistella de 7 productes que seran la base de diferents accions de promoció gastronòmica i de suport a l'empresa agroalimentària durant 3 anys amb la previsió que transcorregut aquest temps es faci una nova edició del concurs.

A través del projecte Fet a Osona també s'està treballant en altres línies. A proposta d'Osona Cuina es realitzaran uns vídeos de receptes on cuiners del col·lectiu cuinaran un plat en llocs d'interès turístic amb productes del col·lectiu Osona Terra i acompanyats d'un dinamitzador. S'ha treballat en definir els plats, el guió i els punts on es gravaran que serà el jaciment de Puig Ciutat a Oristà, l'església del Brull, el Monestir de Sant Pere de Casserres i el castell de Montesquiú.

Pel què fa a les campanyes gastronòmiques aquest any només s'ha portat a terme la campanya de la tòfona que es va realitzar entre el 15 de gener i el 15 de març amb menús dels restaurants col·laboradors amb les Jornades Gastronòmiques de la Tòfona, en col·laboració amb Fet a Osona i Osona Cuina, activitats per aprendre més sobre aquest producte i la col·laboració amb el Trufforum: l'esdeveniment de la tòfona d'Osona per excel·lència.

Aquest any també s'ha tornat a col·laborar en l'organització del programa Benvinguts a Pagès (BAP). Com a novetats, aquesta edició les explotacions van disposar de la possibilitat de tenir reserva prèvia. A més Osona i el Lluçanès van proporcionar a les explotacions una bossa tèrmica per tal d'oferir-la als clients que realitzessin compra de productes. En aquesta edició hi van participar 7 explotacions, 11 restaurants, 2 allotjaments i 4 activitats complementàries. El 23 de setembre es va portar a terme la sessió de sensibilització al Mas Terricabres d'Oristà, explotació que participava al BAP.

2.8 Dinamització del projecte Osoning.

Osoning és la marca per a promocionar el turisme esportiu a la comarca que es treballa conjuntament amb el Consell Esportiu d'Osona i Creacció. En aquest projecte hi estan adherits amb quota anual, 32 agents relacionats amb l'esport i el turisme. Les línies de treball que es preveuen desenvolupar són:

- *Organització d'actes de comunitat: organització de diferents trobades anuals per a crear comunitat.*
- *Creació de producte turístic: a través tant de l'organització d'esdeveniments esportius com d'activitats realitzades per empreses en diferents tipologies esportives donar suport i promocionar producte turístic esportiu.*
- *Dinamització del territori: desenvolupament d'actuacions per a la millora del territori en quan al desenvolupament del turisme esportiu amb actuacions com l'anàlisi de la senyalització de ports ciclistes i la redacció d'un pla d'usos recreatius pel pantà de Sau.*
- *Accions de comunicació: una de les finalitats principals del projecte és el de realitzar accions per a la promoció dels agents, de les activitats i del territori en quan al turisme esportiu.*
- *Accions de patrocini i màrqueting: es realitzaran accions per tal d'analitzar vies de patrocini per les accions que es volen portar a terme.*

Tasques realitzades:

A través de la subvenció atorgada per l'Agència Catalana de l'Aigua per tal d'elaborar un pla d'usos recreatius al pantà de Sau a partir del treball ja realitzat pel grup de treball d'aquest territori, es va iniciar una licitació per tal de contractar la redacció d'aquest pla. Al mes de juliol es va adjudicar el contracte a l'empresa Quaderna i actualment ja està treballant en una primera proposta del pla un cop fet el treball de recollida d'informació i reunions amb els ajuntaments i privats implicats.

Per altra banda, s'està treballant també per a desenvolupar un producte específic dins el turisme esportiu relacionat amb el cicloturisme.

Una de les tasques realitzades ha estat l'anàlisi dels principals ports de muntanya més atractius per a promocionar recollint totes les dades tècniques. Un proper pas seria la senyalització d'aquests ports indicant on comencen i on acaben. Els principals ports de muntanya analitzats inicialment són:

- Ascensió al Santuari de Bellmunt - Sant Pere de Torelló: 6,77 km – vial municipal
- Coll de Bracons - Sant Pere de Torelló: 14 km – vial Diputació de Barcelona
- La Trona - Sant Hipòlit de Voltregà / Sobremunt: 10,2 km – vial Diputació de Barcelona
- Coll de Bac - L'Esquirol; 14,5 km – vial Generalitat de Catalunya
- La Pullosa – Malla / Tona / Collsuspina: 10,75 km – vial Generalitat de Catalunya
- Collsesplanes - Sant Sadurní d'Osormort: 7,95 km – vial Diputació de Barcelona
- Collformic – Seva / El Brull: 9.37 km - vial Generalitat de Catalunya

La Generalitat de Catalunya ha aprovat una nova normativa per a poder senyalitzar aquest tipus de via. Segons els criteris que han establert pels ports proposats només es podran posar els senyals d'inici i final del port. Aquest tipus de senyalització és molt costosa i per tant es

treballarà en veure com es pot finançar i en definir bé tots els tràmits a seguir per a sol·licitar el permís per a instal·lar-los.

Continuant amb la creació de producte de cicloturisme i després d'algunes visites a empreses i allotjaments en la que s'havia detectat un interès important, el 13 de maig es va convocar una Taula de Turisme amb allotjaments de la comarca, en la que es van presentar diferents accions portades a terme tant per Osona Turisme com per Osoning, i es va convidar al Tour Operador especialitzat Cycling Friendly per aprofundir en aquest segment.

Vist l'interès despertat per part del sector, s'ha iniciat una col·laboració amb l'empresa [Cycling Friendly](#) i s'està apostant per posicionar la comarca com a destinació cicloturista. En primer lloc s'ha començat a treballar amb els allotjaments i restaurants per assessorar-los en poder adaptar les seves instal·lacions.

El 23 de setembre es va portar a terme la primera sessió del Club de producte que implicarà tots els agents tant públics com privats relacionats amb la bicicleta (ajuntaments, organitzadors d'esdeveniments, lloguer de bicicletes, rutes guiades, transfers, agències o restaurants) i que ha de permetre definir l'estratègia i implementar accions per captar aquest perfil de turistes.

2.9 Membres de l'Associació Rutes del Romànic, dinamització del projecte Camí Oliba - GR 151.

El Consell Comarcal d'Osona forma part de l'Associació Rutes del Romànic juntament amb els Consells Comarcals del Ripollès, del Bages i del Moianès i dels ajuntaments de Vic, Ripoll, Sant Joan de Abadesses i Manresa. Al 2019 es va iniciar l'adhesió dels ajuntaments pels quals passa la ruta, en el cas d'Osona: Calldetenes, Folgueroles, l'Esquirol, Santa Eulàlia de Riuprimer, Tavèrnoles, Vidrà i Vilanova de Sau.

Aquesta associació és la impulsora del GR 151 Camí Oliba. Entre els diferents tècnics de les entitats membres i amb suport extern es porta a terme el manteniment, la dinamització i promoció del projecte i la creació de producte.

Tasques realitzades:

El dia 17 de març i el 14 de juliol es van portar a terme les reunions de l'assemblea general i el 2 de juny, el 22 de setembre i el 24 de novembre de la junta executiva de l'Associació on es van detallar les accions que s'estan portant a terme durant aquest any, les qual es realitzen a través d'un suport extern que dinamitza el projecte i amb el suport de les diferent entitats que formem part de l'associació:

- Creació i comercialització de productes turístics:
 - Actualització nous paquets turístics 2021
 - Inclusió de nova oferta turística: El Camí Oliba en grup i amb guia
 - Contacte amb agències receptives del territori: l'agència Bages Terra de Vins té la voluntat de comercialitzar productes de senderisme i enoturisme. S'ha contactat amb dues agències especialitzades en producte de BTT: Trek&Ride i Terra Bike Tours.
- Propostes de comunicació i publicitat:
 - Reportatge al Descobrir Catalunya a la revista al mes de maig i reforça a la web i amb anuncis a les revistes de maig i juny.

- Campanya amb la FEEC a través d'un article a la revista Vèrtex al setembre, inclusió d'una banner a la web i acompanyament a xarxes socials.
- Manteniment de la senyalització del Camí Oliba
 - S'ha portat pràcticament la totalitat d'aquesta acció, on es va pactar el manteniment de la senyalització horitzontal del tram Vic-Ripoll. Queda pendent la senyalització interurbana de la capital del Ripollès.
- Xarxes socials
 - Campanya de pagament a xarxes socials: Abast: 3861 persones; Impressions: 4873; Visualitzacions a la web: 33; Clics a l'anunci: 529. En cada segmentació hi ha un anunci que funciona millor que l'altra: interessos senderisme funciona millor l'anunci amb imatge; interessos vida sana funciona millor l'anunci amb vídeo.
- Web
 - Millora de continguts i inclusió d'enllaços a altres aplicacions i de l'oferta turística dins la ruta
 - Dades: 1.247 usuaris a la web (+8,5%) i 1.652 sessions (-11,38%)
- Difusió
 - Cerca de centres excursionistes de les províncies de Barcelona i Girona
 - Enviament de documentació a aquells ubicats en les comarques del Bages, Moianès, Osona i Ripollès
- Creació d'un arxiu fotogràfic
 - Recull del material i enviament als associats
- Sinèrgies amb altres socis de l'entitat
 - Captació de nous membres
 - Difusió d'informació sobre la ruta a agents públics del territori
 - Organització de calendarització en grups de treball
 - Sinèrgies amb altres ens del territori
- Sinèrgies amb altres ens
 - Participació en reunions convocades pel Bisbat de Vic
- Altres accions
 - Sol·licitud d'una subvenció de cultura a Diputació de Barcelona, relacionada amb formació sobre la figura d'Oliba i el món medieval
 - Continuïtat en el Compromís per a la Certificació Biosphere

En una de les darreres trobades del Grup de Treball del Camí Olba a Osona va sorgir la petició de poder disposar de formació específica sobre Oliba, per tal de tenir-ne més coneixement i poder donar valor afegit a la ruta. Arrel d'aquesta petició, s'ha treballat conjuntament amb Camí Oliba, Cases d'Oliba i l'Ajuntament de Vilanova de Sau per tal de portar a terme aquest programa formatiu que consisteix en un cicle de vuit conferències virtuals d'una hora, relacionades amb el món medieval i la figura d'Oliba, així com dos itineraris guiats i un showcooking. La participació és gratuïta i es pot veure la informació a www.camioliba.cat/actualitat.

2.10 Membres de la Carta Europea de Turisme Sostenible del Parc natural del Montseny.

El 2012 Osona Turisme va esdevenir membre de la Carta Europea de Turisme Sostenible del Parc natural del Montseny en representació dels diferents municipis de la comarca els quals estan dins del límit territorial que comprèn la carta. La Carta és un sistema de qualitat sostenible que pretén impulsar diferents accions per a potenciar un territori comprès dins un espai natural. De la comarca d'Osona formen part del territori CETS els municipis de: El Brull, Viladrau, Seva, Taradell, Tona i Balenyà.

Osona Turisme dona suport i col·labora en el desenvolupament de la carta a Osona, tant en representació dels municipis que en formen part com en el suport per portar a terme accions i adherir a empreses privades dins la carta.

Tasques realitzades:

S'ha continuat assistint a les diferents reunions convocades pel parc en relació a la CETS i concretament el dia 2 de març es va assistir a una reunió del grup de treball per a validar el Programa d'Actuacions CETS Montseny 2021-2025.

Al mes de setembre es va rebre la visita de l'auditora per a la renovació de la CETS Montseny per a conèixer el procés i la implicació i accions a realitzar.

Al setembre també es va assistir a la reunió del grup de treball de mobilitat de la Reserva de la Biosfera del Montseny per tal de treballar conjuntament en la difusió de la prova pilot sobre l'ampliació del servei d'accés al parc en transport públic.

2.11 Gestió i manteniment dels centres BTT Plana de Vic, Vall de Sau Collsacabra i Lluçanès.

A la comarca hi ha tres centres BTT que formen part de la Xarxa de Centres BTT de Catalunya: el de Plana de Vic, el de la Sau Collsacabra i el del Lluçanès. Des d'Osona Turisme es gestionen els centres BTT de la Plana de Vic i de la Vall de Sau Collsacabra i es dona suport en el manteniment del centre BTT del Lluçanès.

Tasques realitzades:

Es manté un contacte permanent amb les diferents empreses i entitats que gestionen el manteniment de les diferents rutes dels centres BTT i s'ha realitzat la revisió de la senyalització.

2.12 Membres de Catalunya Film Comission.

El Consell Comarcal d'Osona està adherit al Catalunya Film Comission, un ens de la Generalitat de Catalunya, a través de Institut Català de les Empreses Culturals, que promou i dona suport al territori com a espai per a rodatges.

Des d'Osona Turisme es responen totes les consultes que es reben a través d'aquest programa i es potencia que els municipis s'adhereixin i ofereixin localitzacions per anar augmentant l'oferta d'espais per a rodatges.

Tasques realitzades:

Durant aquest any s'ha continuat gestionant l'adhesió dels diferents ajuntaments al Catalunya Film Comission per tal de promocionar diferents espais dels municipis per a rodatge: <https://www.bcncatfilmcommission.com/ca/municipis/osona>.

Dels municipis adherits i per a qualsevol consulta a nivell comarcal el contacte és Osona Turisme i durant aquest any hem anat rebent diferents peticions que s'han anat gestionant.

Per altra banda, juntament amb el Festival de Cinema Oriental es va preparar un trip amb localitzadors cinematogràfics i col·laboradors del festival, el mes de juliol que es va cancel·lar. Finalment es va reprogramar pel mes de novembre amb cinc localitzadors assistents i amb la visita a diferents punts de la comarca.

2.13 Afiliació Agència Catalana de Turisme i adhesió a noves marques.

L'Afiliació és un programa de l'Agència Catalana de Turisme per a tothom que està vinculat al sector turístic de Catalunya. Osona Turisme està adherida a la marca de Senderisme i Actiu i Aventura. Es preveu treballar en l'adhesió a dues marques més i treballar amb municipis, territoris i empreses en l'adhesió a les diferents marques que ofereix l'ACT i així ser més presents en totes les accions que realitza l'agència. S'analitzaran les marques actuals per tal de detectar les més adequades per implantar a la comarca; es realitzarà una prospecció a nivell intern de comarca per detectar els municipis més adequats per a implantar la marca i s'impulsarà i es donarà suport la implantació dels requisits que es demanen per aconseguir la marca.

Tasques realitzades:

Es continua afiliat a l'Agència Catalana de Turisme tot i que aquest any han continuat amb l'exempció de la quota.

El dia 8 de juliol es va assistir a la reunió tècnica d'afiliats d'actiu i aventura i senderisme que són les dues marques a les quals estem adherits, on es van presentar l'estat de situació i pla d'acció i les tendències globals d'aquest tipus de turisme.

2.14 Desenvolupar el pla comarcal de senyalització.

La Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona ja fa uns anys que dona suport en l'anàlisi i planificació de la xarxa de senders d'Osona. Durant aquests anys s'ha treballat per tal de disposar d'un estudi de l'estat actual i les necessitats de la senyalització de la comarca d'Osona amb l'objectiu de conèixer l'estat de la senyalització, saber quines necessitats té cada ajuntament i desenvolupar a mig termini el pla de senyalització comarcal. La implantació del pla i de la senyalització es va desenvolupant per territoris i per fases. per territoris i s'anirà desenvolupant per fases. Durant l'últim any s'ha treballat en l'anàlisi del territori del Lluçanès i ja s'inicia la implantació de la senyalització dels eixos principals. També s'ha iniciat l'anàlisi de l'estat de senyalització del municipis d'Osona nord.

Durant aquest any es preveu poder continuar amb la implantació de la senyalització dels grans eixos del Lluçanès, finalitzar la proposta de senyalització dels municipis d'Osona nord i iniciar l'anàlisi de l'estat de senyalització d'altres territoris.

Tasques realitzades:

Es fa seguiment i es dona suport en el desenvolupament de l'actuació tot i que l'execució de cada acció es porta a terme directament amb els municipis i territoris implicats.

Àmbit 3: Accions de millora i competitivitat

Aquest àmbit es basa en el desenvolupament d'accions per tal de treballar en la professionalització i millora de serveis del sector turístic osonenc a través de la implantació de sistemes de qualitat i sostenibilitat i de l'organització de formacions.

Objectius estratègics d'aquest àmbit:

- Articular i connectar els actors del territori.
- Adaptació i millora de l'oferta turística existent.
- Potenciar la connexió entre empresa i territori.

Accions desenvolupades:

3.1 Implantació i desenvolupament com a ens gestors del segell Biosphere.

Osona Turisme és l'ens gestor a nivell de comarca d'Osona que té per a objectiu implantar els criteris del segell de sostenibilitat Biosphere a nivell comarcal. Aquest compromís es basa en la gestió dels recursos de manera que puguin satisfer les necessitats econòmiques, socials i estètiques, respectant a la vegada l'integritat cultural, els processos ecològics essencials, la diversitat biològica i els sistemes que sostenen la vida.

Durant aquest any es continuarà amb la renovació del compromís de les empreses i entitats que han anat treballant amb el compromís els darrers anys, a més de vetllar per l'adhesió de noves empreses i entitats.

Tasques realitzades:

La distinció del Compromís Biosphere 2020, com a cas excepcional en motiu de la COVID, es va portar a terme el març del 2021. Durant el mes de febrer es va realitzar el Taller de Destinació, en coordinació amb l'Agència Local de l'Energia d'Osona i l'Associació d'Instal·ladors Catalans Oficials en el context de les energies renovables a les empreses turístiques d'Osona.

El dia 22 de febrer es va establir com a termini comarcal perquè els adherits finalitzessin el qüestionari per tal de que l'empresa consultora validés i preparés l'informe per la taula de la sostenibilitat que es va portar a terme en marc del Consell d'Administració del mes de març. En aquesta reunió es van validar les renovacions i adhesions de les empreses i entitats del programa Biosphere 2020 un total de 46 agents turístics (5 van demanar la baixa voluntària). A la taula de sostenibilitat, es van debatre diferents resultats de les consultores per a valorar la renovació d'aquestes empreses. Un cop finalitzada la taula es va acordar validar el compromís amb exigències de resoldre les incidències el 2021 a 15 agents i amb la proposta de realitzar un assessorament extra a 4 agents per a millorar les mancances detectades.

El dimecres 26 de maig a la Casa Rural el Teixell a Olost, es va realitzar l'acte d'entrega de distintius del Compromís per a la Sostenibilitat Turística Destinació Barcelona Biosphere a un total de 46 agents turístics de la comarca.



Per altra banda, l'any 2021 van continuar amb el distintiu Biosphere els 46 agents distingits i es van incorporar 8 agents nous: 4 destinacions (Centelles, Santa Eugènia de Berga, Taradell i Tona), 1 comerç (el Forn de l'Era de Rupit), 2 empreses de guiatge (Forum Vicus i Luxmundi) i 1 allotjament (Mas la Casavella).

Entre juny i novembre s'han portat a terme les 2 formacions per noves empreses i 3 Tallers de Destinació, que com l'any passat és requisit indispensable assistir a un d'ells per renovar els distintius PIT i/o Biosphere. En aquests taller es va treballar el coneixement del territori i la creació de producte sostenible. Els mesos de juny i juliol es van realitzar les sessions d'assessoraments i els mesos de setembre i octubre les sessions de verificació per part de l'empresa consultora. Durant l'any s'ha ofert Tallers de Turisme amb temàtica sostenibilitat per tal que les empreses poguessin dur a terme les formacions a la carta.

El dia 17 de novembre es va portar a terme la Taula de Sostenibilitat on es van valorar les 54 empreses i entitats que volen renovar o obtenir el distintiu. El dia 2 de desembre es donen els diplomes als agents que es certifiquen.

3.2 Renovació del compromís Biosphere com a destinació Osona i desenvolupament del pla d'accions.

Al 2019 Osona Turisme va aconseguir el compromís Biosphere com a destinació, iniciant així un camí cap a l'assoliment de la sostenibilitat com a base de treball de la destinació turística i actuant alhora com a referent comarcal de municipis i empreses de la comarca. Durant aquest any es continuarà treballant amb el compromís Biosphere, portant a terme les accions de millora plantejades en el Pla d'accions de millora, a més de dur a terme noves iniciatives basades en el turisme responsable que puguin sorgir.

Tasques realitzades:

Aquest any s'ha continuat amb la renovació del distintiu Biosphere com a Osona Turisme i amb les accions de millora basades en:

- Projecte d'accessibilitat turística a la comarca.

- Sensibilitzar a turistes i residents de la importància de la sostenibilitat en la pràctica turística.
- Oferir formacions entorn a la sostenibilitat als agents turístics de la comarca.
- Suport en la implementació d'accions de control i seguiment de la sostenibilitat a municipis de la comarca.
- Redacció i implementació d'un decàleg de bones pràctiques per empreses i professionals entorn als 17 ODS.

3.3 Dinamització d'una taula de tècnics del Consell Comarcal d'Osona per treballar en el turisme sostenible.

Una de les actuacions del pla de millora d'implantació del compromís Biosphere a Osona Turisme va ser la creació d'una taula de tècnics de les diferents àrees del Consell Comarcal d'Osona amb la finalitat de treballar conjuntament, compartir els recursos i coneixements per tal de valorar la situació turística actual i definir les noves línies d'actuació en base a la sostenibilitat i al turisme responsable, tenint en compte tots els sectors implicats. La taula de tècnics del consell comarcal s'ha creat aquest 2020 i es reunirà per trimestralment per a trobar línies de treball conjuntes.

Tasques realitzades:

Al mes de febrer es va portar a terme la reunió de la taula de tècnics del Consell Comarcal on es van presentar els diferents plans d'accions per àrees així com subvencions demanades per tal de crear sinergies entre àrees.

Una de les accions sorgides d'aquest treball transversal és una proposta conjunta amb l'àrea de joventut pel projecte "Us sona, Osona?", en la que es pretén incentivar a joves de municipis petits per tal que coneguin els recursos del seu municipi i juntament amb influenciadors expliquin històries, curiositats, anècdotes, etc. Aprenent i ensenyant com ser un turista responsable.

Per altra banda i en la mateixa línia, el Consell Comarcal d'Osona està treballant a través d'un suport tècnic atorgat per part de Diputació de Barcelona en l'alineament dels objectius ODS en la gestió del consell. S'han realitzat diferents reunions de treball amb l'empresa per a definir el procés a seguir, es va analitzant la documentació generada fins al moment i s'està treballant per a organitzar una reunió de presentació a tot el personal i polítics del consell.

3.4 Organització de la formació Punts d'Informació Turística.

Aquest programa és una eina que pretén dotar a la comarca del màxim nombre de Punts d'Informació Turística complementaris a les Oficines de Turisme oficials, on el turista tingui possibilitat de ser informat de l'oferta turística existent, oferint assistència i suport en l'organització de la seva estada. Alhora és un programa idoni per posar en contacte tots els agents turístics de la comarca i crear xarxa i sinergies entre els diferents agents del sector. Osona Turisme organitza el programa amb el suport de la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona. S'han realitzat a Osona tres edicions del curs i un cop

s'acrediten cada any han de realitzar la renovació amb l'assistència a un mínim de 2 sessions formatives.

Tasques realitzades:

Aquest any 2021 van continuar amb el programa PIT els 37 agents distingits i es van incorporar 3 agents nous: 2 comerços i/o empreses visitables (La Castanya de Viladrau i la Cervesa del Montseny) i 1 allotjament (Mas la Casavella).

El dia 17 de març es va fer la sessió introductòria amb les 3 empreses de nova adhesió i s'han portat a terme 8 píndoles formatives, conjuntament amb la resta de comarques de Barcelona, amb temàtiques com: La comunicació P2P, Re programar i passar a l'acció, Storytelling o Com comunicar la sostenibilitat.

Els dies 30 de juny es va portar a terme el taller de destinació "Design Thinking per a la creació de producte de turisme sostenible".

El dia 2 de desembre es farà entrega dels reconeixements a les empreses que hagin complert amb els requisits mínims d'adhesió o renovació.

3.5 Suport en l'organització dels Tallers de Turisme.

Donar suport a l'organització dels Tallers de Turisme, cursos de formació impulsats per Cambra de Comerç de Barcelona i la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona. Són sessions formatives que tenen com a objectiu oferir tècniques i eines d'optimització per millorar el posicionament tant de les empreses com de les destinacions. A principis d'any Diputació de Barcelona passa la relació de cursos a sol·licitar i a nivell d'Osona es solen organitzar entre 3 i 5 tallers, tenint en compte a les necessitats formatives del sector, aquests es realitzen durant l'any a diferents punts de la comarca.

Tasques realitzades:

El dia 21 d'abril es va portar a terme la formació "Com puc fer més "circular" el meu negoci?". Un Taller que té com a objectiu introduir el concepte d'economia circular i estimular un procés de generació d'idees per adaptar la pròpia activitat a aquest nou model econòmic o dissenyar nous productes, serveis o activitats des d'una perspectiva circular.

El dia 12 de maig es va realitzar el taller "Com re-inventar-se en temps de COVID", específic per AAVV. Des de l'inici de la pandèmia les agències de viatges han vist la seva activitat totalment paralitzada, degut principalment a les restriccions de viatge adoptades pels diferents països, essent l'activitat més castigada dins de la cadena de valor del sector turístic. Així mateix s'han vist obligades a complir amb una estricta normativa de viatges combinats. Reinventar-se, tant en la creació de nous productes i experiències com en la cerca de nous clients, dins de les limitades possibilitats que ofereix l'actual situació, forma part del camí per tractar de superar els devastadors efectes de la Covid al sector turístic.

El 16 de juny es va realitzar el taller relacionat amb la "gamificació". Ara ja fa temps que sentim a parlar de gamificació en diferents àmbits. La incorporació d'aquesta metodologia en els

establiments turístics i en el mateix sector té unes particularitats pròpies. Un taller amb base teòrica però eminentment pràctic on es viatjarà des de casos d'èxit fins a la co-creació de diferents propostes.

El 6 d'octubre va tenir lloc el taller Restauració Sostenible, disseny d'una carta sostenible. Taller per descobrir els requisits, els recursos i les millors estratègies per crear una proposta gastronòmica sostenible, saludable e inclusiva per tot tipus de negocis de restauració.

El 10 de novembre es va realitzar el taller Mobilitat turística sostenible. Totes les destinacions, principalment les situades en un radi de 2-3 hores al voltant de les àrees urbanes, poden beneficiar-se d'aquesta proximitat per crear productes que valorin el transport de baix impacte i/o el gaudir d'activitats recreatives sostenibles. El taller inclou un treball pràctic a través de l'anàlisi d'exemples de productes que ja estan oferint empreses d'allotjament, d'activitats i operadors de turisme nacionals i europeus, basats en principis de sostenibilitat i competitivitat.

3.6 Organització de la formació sobre necessitats detectades.

A través del contacte tant amb ajuntaments com empresaris es detecten temàtiques d'interès per tal d'organitzar sessions formatives adequades a les necessitats dels agents turístics d'Osona. Una de les accions que es mirarà de donar continuïtat és l'organització de cursos d'idiomes.

Tasques realitzades:

Aquest any no s'han organitzat altres accions formatives a part de les que s'han ofert a través dels Tallers de Turisme, del programa del PIT i del Biosphere.

3.7 Coordinació i homogeneïtzació atenció i informació turística.

Tal i com es demana al pla de màrqueting es plantejaran diferents actuacions per tal d'homogeneïtzar les propostes exposades als punts i oficines de turisme sobretot establint protocols d'atenció i informació turística del territori. Es valorarà també l'organització de formació específica que aniria coordinat i lligat amb el programa Punts d'Informació Turística.

Tasques realitzades:

S'han començat a pensar algunes idees per a portar a terme aquesta acció sobretot enfocades a temes formatius i a elements comuns que es puguin ubicar a les oficines i punts d'informació. Es preveu poder-ho portar a terme de cara l'any vinent.

Àmbit 4: Accions de promoció, comunicació i comercialització

Aquest és un dels àmbits més importants en quan a pressupost a executar ja que té com a objectiu donar a conèixer Osona com a destinació turística. Les actuacions que es proposen tenen com a objectiu donar a conèixer tota l'oferta turística a diferents tipus de públics, basant-se sobretot en els públics definits com a estratègics pel pla de màrqueting i que són: l'àrea metropolitana de Barcelona, els turistes internacionals que visiten Barcelona, el sud de França, l'àrea metropolitana de Girona i els mateixos habitants de la comarca.

Objectius estratègics d'aquest àmbit:

- Establir les eines i mecanismes de promoció turística del territori així com les accions de comunicació relacionades.
- Posicionar, projectar i popularitzar la marca Osona tant nacional com internacionalment com a destinació.

Accions desenvolupades:

4.1 Millora i manteniment de la web d'Osona Turisme

La pàgina web és una de les vies d'informació i promoció més important per arribar al turista, per això és molt important mantenir-la actualitzada i millorar-la contínuament. Actualment la web ja està consolidada, amb tota la informació en quatre idiomes però s'anirà fent anàlisis de cada apartat per tal de millorar la qualitat de la informació que apareix i fer més atractiva la imatge sobretot amb la inserció de noves fotografies.

Tasques realitzades:

Es realitza una actualització, millora i manteniment continuat de la pàgina web. Les dades analitzades dels primers mesos de l'any són (no es tenen dades anuals degut a la finalització del contracte amb l'empresa que realitzava els temes de comunicació):

	Visites	Visitants únics	Pàgines/visita	Durada de la visita	% Rebot
Gener	2,6k	2,3k	3,12	1:40	18,73%
Febrer	2,4k	2,4k	2,07	0:17	64,31%
Març	3k	2,9k	4,84	5:56	59,26%
Abril	1,9k	1,9k	4,13	0:39	-
Maig	1,2k	1,2k	2,84	0:18	54,10%

4.2 Dinamitzar la web d'agenda d'esdeveniments comarcals.

El Consell Comarcal d'Osona disposa d'una agenda comarcal en format web agendaosona.cat. La finalitat d'aquesta web es poder fer difusió de totes les activitats culturals, esportives, turístiques i d'educació per posar a l'abast de l'usuari els esdeveniments que es realitzen a la comarca de manera clara i ordenada i en una sola plataforma. L'objectiu és esdevenir una eina de referència tant per la població local, els visitants i els mateixos

ajuntaments. Osona Turisme s'encarrega de l'actualització de continguts i la promoció de la plataforma.

Tasques realitzades:

Juntament amb l'àrea de cultura s'ha iniciat un nou impuls a l'agendaosona.cat i es va preparar una campanya promocional dividida en 2 direccions. Per una banda, promoure la utilització de l'agenda per part d'ajuntaments i empreses organitzadores. Per altra banda, la difusió a públic final.



Setmanalment s'entren esdeveniments a la web de l'agenda per a tenir-la totalment actualitzada i des les xarxes socials d'Osona Turisme es promocionen aquells esdeveniments de caràcter més turístic. Cada setmana s'envia un butlletí a les persones subscrites.

Les dades extretes de la web de l'agenda indiquen:

- Total subscrits: 66
- Total actes entrats el 2021: 663
- Total entitats registrades: 61

4.3 Banc d'imatges turístiques d'Osona.

Per tal de desenvolupar aquesta acció es realitzaran tres actuacions. Per una banda, es farà una bona classificació i ordenació de totes les fotografies de què disposa Osona Turisme, per altra banda es demanaran fotografies a ajuntaments i empreses amb unes característiques específiques i finalment es cercaran fotògrafs professionals especialitzats en fotografia turística per tal de demanar propostes per a tenir noves fotografies que transmetin el concepte "d'autenticitat".

Tasques realitzades:

Aquest any es va iniciar per primera vegada la realització de sessions fotogràfiques per a millorar i professionalitzar l'arxiu de fotografies de què es disposa. Per tal d'escollir quin fotògraf es contractava es va demanar als ajuntaments contactes de fotògrafs professionals i es va fer cerca dels fotògrafs de la comarca. Un cop detectats se'ls va fer arribar un correu electrònic demanant una proposta on es valorava:

- Proposta de quatre sessions fotogràfiques, una per cada època de l'any (tot i que segurament es farà en anys diferents) amb el corresponent pressupost.
- Exemple de fotografies on es vegi l'estil del fotògraf, sempre amb la visió de promoció turística de la comarca i sobre els temes de natura, cultura, gastronomia i esport.

Es van rebre un total de 9 propostes i es van triar dos fotògrafs que han realitzat dues sessions de fotografies cada un al mes de juny incloent fotografies de diferents tipologies i en diferents

municipis. En aquestes sessions es va comptar amb la col·laboració de diferents persones voluntàries per a fer d'extres.

4.4 Accions de comunicació, màrqueting digital, publicitat digital i convencional.

Aquesta és una de les accions més importants que porta a terme Osona Turisme i per tal d'executar-la correctament es compta amb el suport d'empreses de comunicació externes que gestiona i porta a terme totes les tasques relacionades amb comunicació i publicitat. Per tal de donar a conèixer l'oferta turística de la comarca es fan campanyes puntuals per a promocionar recursos concrets i també campanyes orientades a posicionar Osona com a destinació turística.

Tasques realitzades:

El primer semestre de l'any es va continuar treballant amb l'empresa de comunicació que ja es tenia però a partir de l'estiu es va realitzar un canvi i s'està treballant en com desenvolupar i treballar tota la comunicació que es realitza des d'Osona Turisme en coordinació amb la que es porta a terme des del Consell Comarcal.

En base a la planificació estratègica proposada en el pla d'accions inicial s'han anat realitzant diferents actuacions:

- A principi d'any es va iniciar el canvi de logo i eslògan aprovats al consell general. Es va comunicar el canvi a xarxes socials i es va generar un debat, sobretot a Twitter, que va portar a parlar-ne al programa Planta Baixa de TV3 (es pot visualitzar a <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/planta-baixa/planta-baixa-sajornen-les-eleccions-el-govern-proposa-el-30-de-maig/video/6079030/> al minut 19.45 aproximadament).



- Comunicació continuada d'Osona com a destinació turística sobretot a través de les xarxes socials i amb posts promocionats per arribar a una audiència superior i obtenir nous seguidors. Les xarxes actives actualment són facebook i instagram pel públic final i twitter i linkedin pel públic més professional. Les millores o prioritzacions implementades a les xarxes han set:
 - Priorització del contingut fotogràfic a instagram i les fotografies de qualitat (en base al feedback detectat).
 - En totes les publicacions treballar per un equilibri territorial tenint en compte la sobreexplotació i/o els recursos, espais i equipaments a potenciar.
 - Calendarització de les festes locals i populars en els plans de posteig.
 - Posicionament de les xarxes professionals amb continguts regulars i constants.
 - Revisió dels instastories, en general i per a la difusió d'elements com les visites guiades, rutes i agenda osona.cat entre d'altres.

FACEBOOK

	M'agrada a la pàgina	M'agrada nous	Visites a la pàgina	M'agrada	Impressions	Clics contingut	Comentaris	Compracions	Engagement
Gener	22052	33	515	2402	332441	3342	105	187	6036
Febrer	22037	32	521	1728	1097878	4487	65	159	6439
Març	22061	50	461	2351	179530	2998	94	255	5698
Abril	22082	51	688	1878	142453	4204	72	160	6314
Maig	22295	248	668	3484	440906	5868	112	198	9662



SEGUIDORS

22.202
▲ 229



FEEDBACK PUBLICACIONS



INSTAGRAM

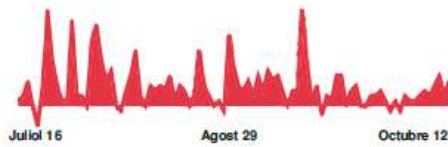
	Seguidors	Nous seguidors	Abast	Likes	Contingut guardat	Comentaris	Clics al web	Visites al perfil	Engagement
Gener	8422	104	193694	9432	96	117	8	1231	9654
Febrer	8562	91	87514	4854	37	31	7	937	4922
Març	8731	-	96588	6051	75	44	16	991	6174
Abril	8898	213	108930	7965	194	57	31	1013	8216
Maig	9276	378	80514	5630	74	733	45	1942	6437

INSTAGRAM

SEGUIDORS

9.710
▲ 3,6%

● Saldo positiu: 340
● Follows: 529
● Unfollows: 189



PUBLICACIONS I AUDIÈNCIA

Perfils als que s'ha arribat:

66.046
▲ 6,9% provinents d'anuncis



Posts amb més feedback:

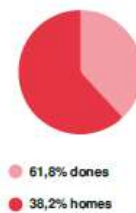


INSTAGAM

Edat dels perfils d'abast:



Gènere:



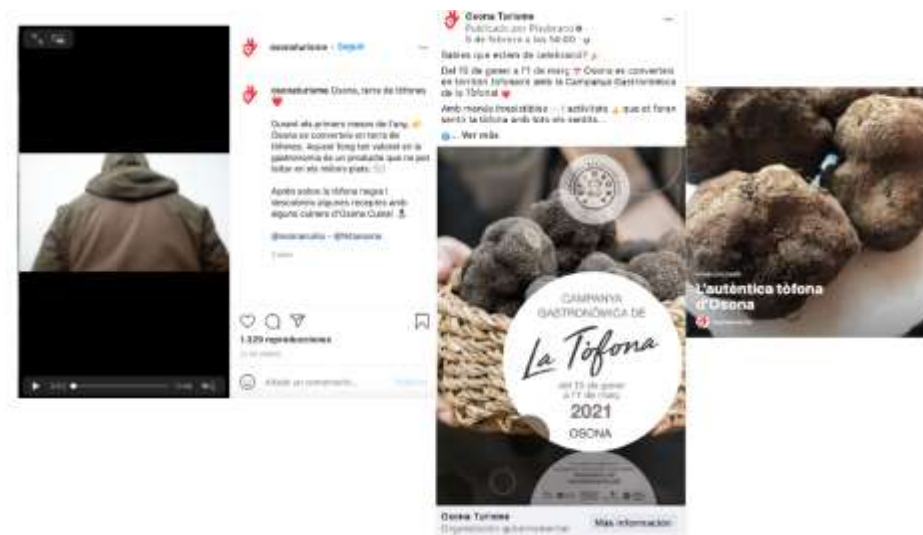
Tipologia de publicacions:



TWITTER

	Tuits	Impressions	Visites al perfil	Mencions	Seguidors
Gener	7	27,6k	2431	107	40
Febrer	5	6733	535	26	21
Març	13	13,9k	971	101	29
Abril	6	4499	261	72	18
Maig	6	7549	509	96	6

- Campanyes específiques:
 - Campanya gastronòmica de la tòfona (gener – febrer).
 - Guies d'Instagram: Explicació de la tòfona relacionant-ho amb el vídeo..
 - Vídeo amb Osona Cuina: En col·laboració amb Osona Cuina, es va dur a terme un vídeo explicatiu de la tòfona amb algunes receptes de restaurants.
 - Notícia a l'apartat web d'actualitat: Punt d'informació de la campanya de la tòfona.
 - Publicacions periòdiques a xarxes: De manera periòdica, es va fer recordatori d'aquesta campanya per atraure el màxim d'usuaris possibles. Publicacions explicatives amb destí a la notícia de l'apartat del web.
 - Resultats:
 - En conjunt, es va abastar a 385.533 persones en més 1.097.913 d'impressions, amb una freqüència mitjana de 2,85 per persona. Es van invertir 550€ i obtingut un cost mitjà per cada mil persones abastades d'1,43€ CPM.
 - En l'àmbit de clics i interaccions es van obtenir 974 clics a l'enllaç i un total de 49.176 interaccions amb les publicacions, que inclouen 447 reaccions a les publicacions, 9 comentaris, 11 publicacions guardades i 50 comparticions.
 - Es van registrar 47.161 visualitzacions del vídeo de més de 3 segons, 5.494 ThruPlays (reproduccions de més de 15 segons) i més de 784 reproduccions del vídeo de pràcticament complet.



- Cuidem Osona: amb l'objectiu de conscienciar a l'audiència s'ha portat a terme la campanya Cuidem Osona. Aquesta consisteix en un seguit de consells per cuidar el territori mitjançant una fotografia del paisatge cuidat, una altra amb el consell i la darrera amb la problemàtica en qüestió.



- Campanya promoció del nou calendari visites i rutes guiades per Osona (primavera):
 - Newsletter específic: 1.656 clics obtinguts a la web de les reserves arribant a 33.027 usuaris en 73.660 impressions.
 - Posts promocionats i anuncis a les xarxes socials: 1.532 clics arribant a 32.917 persones i un total de 79.309 impressions.
 - Falca de ràdio a RAC1: 20 segons on s'explica en què consisteix el calendari i convidant als usuaris a visita la web i xarxes socials.
 - Encartament a La Vanguardia de petits cartells amb les activitats del primer trimestre del calendari.
 - Inserció d'un banner a peu de pagina a la part inferior de la pàgina de La Vanguardia.



- Campanya Osona territori camper (primavera):
 - Publicitat a través d'un banner a l'app Park4Night adreçada a públic interessat en conèixer àrees d'autocarvanes per pernoctar, en 4 idiomes diferents.

	89560 vistes	102 clics - (0.11 %)
	131030 vistes	3269 clics - (0.25 %)
	54267 vistes	166 clics - (0.31 %)
	78814 vistes	190 clics - (0.24 %)

- Campanya públic francès (maig):
 - Publicitat offline a la revista Cap Catalogne, mitja pàgina amb un anunci on es convida al turista a visitar la comarca

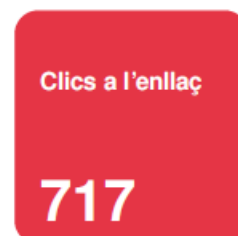
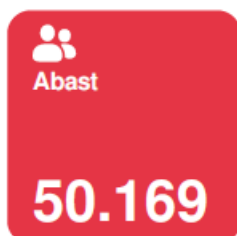


La Catalogne
authentique, à un peu
plus d'une heure du
sud de la France.

Descouvrez la région d'OSONA, ses paysages, son patrimoine et ses traditions.
Le tourisme est le meilleur moyen de découvrir la région d'OSONA.

OSONA
LA CATALUNYA AUTÈNTICA

- Campanya d'estiu: es va idear una nova campanya promocional per l'estiu recuperant i com a segona part del vídeo realitzat l'any passat (<https://www.youtube.com/watch?v=-Bv9rvRKGLA>) amb la idea principal a transmetre el concepte d'estada per tal d'impulsar la pernoctació així com el posicionament de la marca i l'eslògan "Osona, la Catalunya Autèntica". La campanya es materialitza amb:
 - Vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=ktOk-pKZAm0>, 934 visualitzacions a youtube
 - Publicació al web d'Osona Turisme
 - Publicacions a Xarxes Socials.
 - Publicacions promocionades a Xarxes Socials, facebook i instagram.



- Bànners i reportatges a mitjans i plataformes especialitzades

TIPOLOGIA	MITJÀ	CONTINGUT
TURISME	DESCOBRIR	BANNER 300X300 + BANNER 720X90
FAMILIAR	SORTIR AMB NENS	REPORTATGE, MÒDUL SETMANAL, 1 MENCIO XXSS I BUTLLETÍ
EXCURSIONISME I MUNTANYA	VERTEX	1 MES DE BANNER I NOTÍCIA AMB VÍDEO
CAMPER	PARK4NIGHT	2 BANNERS, 1 MES
RURAL	SOM RURALS	DIFUSIÓ GRATUÏTA A XARXES SOCIALS



- Presència als newsletters d'Osona Turisme
- Concurs-sorteig a instagram
- Email màrqueting: mensualment s'envia un butlletí a la base de dades de turistes amb diferents informacions. La base de dades té al voltant d'unes 1.850 adreces a la base de dades.

4.4 Accions de suport a la promoció de municipis i territoris d'Osona (taxa).

A partir de la participació de l'impost d'establiments turístics que es rep directament al Consell Comarcal d'Osona per part de la Generalitat de Catalunya, Osona Turisme es coordina amb els ajuntaments per a realitzar actuacions específiques relacionades amb temes turístics.

Tasques realitzades:

La quantitat de l'impost d'establiments turístics recaptat entre octubre 2019 i setembre 2020 ha estat la base del què es destina a cada municipi per a realitzar una acció concreta de promoció i concretament aquest any ha estat un total de 14.426,5 euros (l'any passat la recaptació va ser 27.021 euros). Un cop es sap la quantitat que pertoca a cada municipi s'envia un correu per tal que puguin escollir una actuació a desenvolupar en base a:

- Anuncis publicitaris a diferents mitjans de comunicació online o offline.
- Realització de fotografies turístiques: elaboració d'un book de fotografies turístiques del municipi, de recursos, activitats i serveis, en diferents èpoques de l'any.
- Disseny i/o impressió de material promocional turístic: disseny i/o impressió de material amb la finalitat de promocionar turísticament el municipi o recursos o activitats turístiques concretes.
- Vídeo promocional turístic: elaboració d'un vídeo general del municipi, d'activitats o recursos turístics concrets i difusió i promoció a través de xarxes, web, ...
- Millores a l'apartat de turisme de la web de l'ajuntament.
- Adequació espais turístics: senyalització, manteniment i millores àrees autocaravanes, camins, ...

Per aquells municipis de menys de 150 euros es proposa una promoció a través d'imatges del municipi que es realitzen a través de l'empresa de comunicació, aquest any ha estat el cas de 6 municipis.

Aquest any les propostes que s'estan executant són:

- 12 accions de senyalització i manteniment d'espais
- 1 realització de fotografies turístiques
- 2 anuncis publicitaris a mitjans
- 2 disseny i impressió material promocional
- 1 millores a la web

4.5 Participació i promoció de fires: locals, Catalunya i Europa i promoció al mercat de dissabte a la Plaça Major de Vic de l'oferta comarcal.

Al 2021 es proposa una reducció molt important d'assistència a fires, per una banda per la situació generada per la Covid i per altra per la reducció de pressupost general. Un cop l'activitat firal es reactivi s'analitzarà en quines fires s'assisteix fora de la comarca i en quantes fires a nivell local es pot donar suport.

Tasques realitzades:

El primer semestre de l'any, l'acció de suport i assistència a fires va quedar aturat i no es va participar a cap fira. A partir del juny es va reactivar l'organització de fires i es va activar el la participació i el suport que es dona a fires locals.

Aquest any es va treballar per definir uns criteris de suport específics per a escollir unes 10 fires cada any ja que per costos i organització no es pot continuar assumint el suport a les més de 25 fires que es feia fins ara.

Al mes de juny es va enviar un correu electrònic als ajuntaments de la comarca per tal que poguessin sol·licitar el suport a fires a partir dels requisits específics establerts per a rebre el suport i que es basen en:

- Planificació de la fira:
 - Abans de la fira: Disposar d'un document de planificació/pla accions/estratègia: 1p
 - Durant la fira: Disposar d'un sistema de gestió d'incidències i control de fluxos: 1p
 - Després de la fira: Disposar d'una sistema de seguiment i valoració de la fira: 1p
- Comunicació de la fira:
 - Disposa de web pròpia: 1p
 - Disposa de Instagram: 1p
 - Disposa de Facebook: 1p
 - Es realitza campanya publicitària específica: 1p
- La temàtica de la fira: que sigui una fira temàtica i específica d'un tema singular vinculat amb el municipi
 - Fira totalment tematitzada i amb tema singular del municipi: 2p
 - Fira tematitzada però que no és d'un tema singular del municipi: 1p
 - No és una fira tematitzada: 0p

- Que hi hagi presència d'artesans agroalimentaris i/o artístics de la comarca:
 - De 1 a 5 parades: 1p
 - De 5 a 10 parades: 2p
 - Més de 10 parades: 3p
- Que implanti mesures de reciclatge i reducció de residus:
 - Bosses reciclables que es faciliten als estands: 1p
 - Llocs de menjar amb material reciclable o reutilitzable: 1p
 - Contenidors diferenciats segons el residu: 1p
- Que organitzi activitats complementàries de caràcter turístic:
 - Visites o activitats guiades als recursos culturals del municipi: 1p
 - Visites o activitats guiades al recursos naturals del municipi: 1p
 - Visites o activitats guiades entorn a la gastronomia i als productes locals: 1p
 - Activitats al voltant de tradicions locals (música, balls ...): 1p
- Que vincula a empreses i entitats del municipi:
 - Promoció creuada amb els restaurants del municipi: 1p
 - Promoció creuada amb els comerços del municipi: 1p
 - Participació d'entitats del municipi (grup teatre, centre excursionista, ...): 1p

Es va proposar que el suport que es donés fos més complert i que la persona que cobrés el punt d'informació realitzés una visita guiada d'una hora al municipi el diumenge a les 12h però no va ser una proposta interessant pels municipis.

També s'ofereix als ajuntaments que en cas que una fira no obtingui el suport però requereixi de personal de suport per a cobrir el punt d'informació, Osona Turisme pot gestionar el servei entre el personal que té en borsa per cobrir fires i la despesa la pagarà l'ajuntament directament. L'ajuntament també pot utilitzar l'import de taxa turística per a abonar aquesta despesa.

Les fires a les que es dona suport aquest any són.

Municipi	Fira	Dates
Gurb	V Fira de Sostenibilitat	19 de setembre
Calldetenes	Fira de la Mercè	2 d'octubre
Sant Quirze de Besora	Fira Tast Bisaura	3 d'octubre
Seva	Fira del Bolet	10 d'octubre
Viladrau	Fira de la Castanya	23 i 24 d'octubre
Tavèrnoles	Festa Remença	Finals octubre
Sant Vicenç de Torelló	Fira de Nadal	Finals novembre o principis desembre
Centelles	Fira de la Tòfona	11 i 12 de desembre
Prats de Lluçanès	Fira de Santa Llúcia	12 de desembre
Tona	Fira Joc Joc	27 de novembre

A part de les fires locals a les que es dona suport aquest any també s'ha assistit a:

- B-Travel a Barcelona: de l'11 al 13 de juny, amb un taulell dins l'estand de Diputació de Barcelona. No es pot disposar de fulleteria, només informació i codis QR.
- Vicactiva't a Vic: del 18 al 20 de juny, amb un estand d'Osoning per a promocionar l'oferta de turisme actiu de la comarca.
- Del 5 al 7 de novembre es va assistir a la Fira de Muntanya de Vic amb un estand d'Osoning.
- Del 4 al 8 de desembre es serà presenta al Mercat Medieval de Vic.

4.6 Contacte amb intermediaris i organització de trips propis i per part d'altres organismes (Diba i ACT).

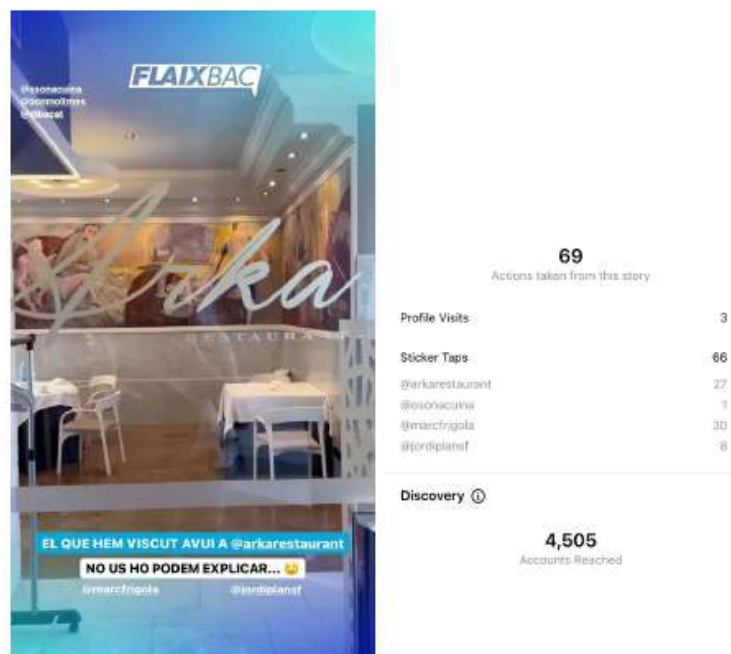
Aquest any es vol intensificar el contacte amb intermediaris tal i com estableix també el pla de màrqueting. Osona Turisme disposa d'una base de dades de contactes d'intermediaris que s'ha d'actualitzar i ampliar. Es proposa també realitzar una tasca porta a porta amb els intermediaris més immediats per presentar l'oferta turística de la comarca i les principals novetats i donar suport en la creació de producte turístic. Quan es detectin intermediaris interessats en conèixer la comarca s'organitzaran trips personalitzats o amb grups reduïts. També es col·labora en l'organització de viatges de familiarització organitzats des de la Gerència de Turisme de la Diputació de Barcelona o l'Agència Catalana de Turisme.

Tasques realitzades:

El primer semestre de l'any tot el contacte i organització de trips va quedar bastant parat i es va reactivar al mes de juny.

El cap de setmana del 15 i 16 de juny es va organitzar un trip amb una influenciadora especialitzada en ecologia i sostenibilitat. En marc del cap de setmana previ al dia Internacional dels museus, es va organitzar aquest trip en el que la Marta, la influenciadora de @planteanverde, va recórrer la comarca mostrant com viatjar de manera responsable, relacionant productes culturals com els museus i les seves activitats, visites a empreses Fet a Osona i participant en una de les activitats del Calendari de rutes guiades.

A través d'una campanya de promoció que va contractar la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona amb l'emissora Flaixbac, el cap de setmana del 11 – 13 juny ens van visitar 2 periodistes i un càmera per tal de conèixer diferents activitats i recursos d'Osona. Van promocionar el territori a través de les seves xarxes socials i van fer connexions o comentaris a programes de l'emissora. En aqueta ocasió van arribar divendres vespre i van fer una visita a la Companyia Cervesera del Montseny, van sopar i dormir a Vic (a Gravat i Stances) i l'endemà van fer la ruta guiada del calendari de rutes de la mà de Muntanyes de Llum i van dinar a Santa Eugènia de Berga (a l'Arka). A continuació van marxar cap a l'Anoia.



Del 15 al 20 d'agost dos periodistes especialitzats en l'elaboració de guies, aquest cas per l'editorial Cicerone, per a fer caminades per entorns naturals van fer una estada a la província de Barcelona amb el suport de la Diputació de Barcelona. A la comarca hi van estar durant 5 dies, es van allotjar al càmping la Vall ja que anaven amb autocaravana i van fer diferents sortides a peu entorn a la plana de Vic.

A finals de setembre van passar per la comarca un presstrip i un famtrip organitzat per l'Agència Catalana de Turisme per a promocionar el producte Grand Tour de Catalunya i on un grup de periodistes i agències van visitar durant un matí la comarca (van gaudir d'una activitat i dinar al Collsacabra).

4.7 Edició de fulleteria específica, reedició de material i elaboració material marxandatge.

Aquest any es continuarà, si és necessari, amb les reedicions del material que actualment es disposa sobre Osona per tal de cobrir les necessitats dels agents de la comarca i de les fires a les quals s'assisteixen i es continuarà treballant en la línia de fulleteria promocional d'Osona. També es preveu poder produir les propostes del material de marxandatge conjuntament amb els estudiants de l'EARTVic.

Tasques realitzades:

Aquest any s'ha disposat del primer material de marxandatge que s'ha elaborat a partir de les propostes guanyadores del concurs que es va portar a terme amb els estudiants de l'Escola d'Arts de Vic. S'ha treballat per aprovar un preu públic del producte i es proposarà a les oficines i punts d'informació que puguin ser punts de venda d'aquests productes.

4.8 Promoció a través d'accions amb la UVic.

L'objectiu d'aquesta acció és aprofitar l'arribada d'estudiants estrangers a la Universitat de Vic per tal de potenciar el coneixement de la comarca. Es dona suport en l'organització de sortides de coneixement del territori pels estudiants estrangers i durant l'acte de benvinguda dels estudiants on s'informa dels punts d'informació turística existents, del que ofereix la comarca, dels mitjans de transport i es facilita material turístic.

Tasques realitzades:

Aquest any degut a la pandèmia no s'ha recuperat encara les accions que normalment es realitzaven amb els estudiants estrangers però es va realitzar un repartiment de 100 fullets del "Descobreix Osona" als estudiants a la seva arribada i es va redactar i actualitzar un document informatiu sobre propostes d'activitats a l'entorn de Vic.

4.9 Participació a workshops.

La Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme organitzen anualment workshops amb diferents tipus d'intermediaris per tal de donar a conèixer l'oferta turística del territori. Es proposa poder assistir a aquells workshops que es considerin d'interès per donar a conèixer l'oferta turística d'Osona.

Tasques realitzades:

Aquest any no s'ha participat a workshops.

Àmbit 5: Gestió i planificació del territori

En aquest àmbit es proposen tres accions que tenen diferents finalitats. Per una banda, accions que ens permeten obtenir dades i transformar-les amb informació per tal de conèixer el sector turístic d'Osona i realitzar una planificació del territori sostenible i competitiva. Per altra banda, accions que ens permeten incidir en la gestió i planificació d'espais concrets del territori on es detecten problemàtiques i es volen adequar i per a la rebuda de turistes.

Objectius estratègics d'aquest àmbit:

- Establir les bases per poder disposar d'un sistema d'informació i monitorització de l'activitat turística.
- Definir la capacitat de càrrega de diferents espais turístics de la comarca.

Accions desenvolupades:

5.1 Col·laboració amb el Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona en investigació de mercat: enquesta a turista, TDS

El Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona treballa per oferir dades d'interès a les diferents comarques de la província. El coneixement de la demanda és una de les bases imprescindibles per desenvolupar qualsevol planificació del turisme, per tant la tasca que desenvolupa el laboratori és molt important per les entitats que treballem en la promoció turística a nivell local. Es col·labora principalment en dues actuacions: la recollida de dades a través d'enquestes per a elaborar el perfil de visitant de la comarca i la gestió del programa Tourism Data System per a obtenir dades de l'ocupació en allotjaments.

Taques realitzades:

S'ha continuat amb la col·laboració amb el Laboratori de Turisme i amb l'anàlisi i explotació de les dades que faciliten i concretament:

- S'ha realitzat un seguiment dels indicadors generats pel Laboratori.
- S'han elaborat gràfiques mensuals.
- S'han incorporat dades rellevants dels informes mensuals a les newsletters.
- S'han incorporat HUTS al TDS.

5.2 Osona Turisme Lab

El pla de màrqueting considera essencial poder disposar d'indicadors turístics de l'activitat en el territori per tal de millorar de manera directa el coneixement de l'activitat i la seva gestió. Proposa crear un laboratori de turisme a Osona, crear un espai on-line en concepte HUB d'informació turística. Durant aquest any es proposa poder analitzar les opcions i costos de creació d'aquest laboratori.

Tasques realitzades:

Aquest any no s'ha desenvolupat aquesta acció.

5.3 Suport en la planificació i gestió d'espais d'interès turístic.

Aquest últim any, degut sobretot a la Covid i les restriccions de mobilitat derivades, s'han generat situacions problemàtiques en diferents punts de la comarca degut a la massificació de visitants i la poca adequació d'alguns espais sobretot a nivell d'espais naturals. Durant aquests últims mesos ja s'ha treballat per a donar suport als ajuntaments i implantar mesures i es preveu continuar i intensificar les accions a realitzar.

Taques realitzades:

Durant l'any s'han anat realitzant accions per a donar suport als ajuntaments per a la implantació de mesures per a la gestió dels espais en els punts que reben alts volums de visitants. A la primavera es va realitzar un recull d'informacions i propostes que es va enviar per correu electrònic als ajuntaments per tal de treballar en la gestió d'espais naturals i poder desenvolupar accions abans que la comarca pogués tornar a rebre turistes i visitants.

Tal i com s'explica a l'acció 4.4 durant aquest any també s'ha portat a terme una comunicació continuada per a sensibilitzar als visitants de la importància de respectar l'entorn natural. Es va realitzar una campanya específica amb el nom de Cuidem Osona que va consistir en un seguit de consells per cuidar el territori mitjançant una fotografia del paisatge cuidat, una altre amb el consell i la darrera amb la problemàtica en qüestió.

Una altre de les actuacions relacionades amb aquest tema i que s'ha impulsat és la creació de la comissió consultiva de l'accés motoritzat al medi natural d'Osona definida al Decret 166/1998. Per tal d'iniciar la creació d'aquesta comissió des del Consell Comarcal, que és qui té la presidència de la comissió, es va fer la petició a la conselleria d'agricultura i des del Consell Comarcal proposant com a membres de la comissió sis alcaldes o alcaldesses, prèvia consulta a les entitats municipalistes, per tal que creés la comissió.

Es va fer una proposta pensada per tal que hi hagués representació territorial en base:

- Ges Bisaura: president o representant del municipis del Consorci Vall de Ges, Orís i Bisaura.
- Osona nord: alcalde o representant de l'ajuntament de Sant Pere de Torelló.
- Lluçanès: president o representant dels municipis del Consorci del Lluçanès.
- Collsacabra i Vall de Sau: alcalde o representant de l'ajuntament de Rupit i Pruit.
- Plana de Vic: alcalde o representant de l'ajuntament de Gurb.
- Osona Sud: alcaldessa o representant de l'ajuntament de Sant Martí de Centelles.

Un cop la consellera va comunicació la creació de la comissió, el dia 22 de juliol es va convocar la reunió de constitució la comissió consultiva d'accés motoritzat la medi natural. En aquesta comissió hi ha representants de diferents administracions com el DARP, ajuntaments de la comarca, espais naturals, departament d'emergències i agents rurals i organitzacions professionals agràries, de caçadors i del centre de la propietat forestal. Es va establir que aquesta comissió es reunís trimestralment.

El dia 7 d'octubre es va portar a terme la següent reunió de la comissió consultiva d'accés al medi natural on es van presentar els diferents plans de camins que s'està treballant des del Consell Comarcal i una ordenança model que es va elaborar al Consell al 2006. A la reunió

hi va assistir el Sr. Antoni Ferran, director general de Política Ambiental i Medi Natural. També es va decidir crear un grup de treball amb alguns dels membres de la comissió més reduït per tal de treballar ja en propostes concretes.

Durant aquests mesos s'ha anat analitzant com donar suport als municipis per a la gestió dels visitants a espais turístics i s'està analitzant treballant en diferents actuacions com:

- Enquesta ajuntaments: per tal d'elaborar un mapa dels punts conflictius o que podrien ser-ho elaborar un breu qüestionari per fer un primer mapeig.
- Jornada de sensibilització als ajuntaments: organitzar una jornada pràctica per a donar a conèixer als ajuntaments diferents aspectes d'importància a l'hora de gestionar espais turístics:
 - Importància de la participació ciutadana
 - Regulació municipal dels espais a través d'ordenances i normatives
 - La mediació amb la propietat privada
 - La línia de comunicació a realitzar
 - L'ordenació adequada del territori per a que s'hi desenvolupin correctament les diferents pràctiques i tipologies de turisme
- Elaboració d'elements informatius: elaborar samarretes amb el logo d'Osona Turisme i alguna referència a les bones pràctiques i dirigir a la web i elaborar flyers amb paper "llavor" amb un codi QR cap a coneix tot el què es pot fer a Osona i els restaurants que tens al voltant.
- Curs guies: iniciar l'organització d'un curs oficial de guies a la natura d'Osona per tal de potenciar aquesta activitat i regular que només aquests guies puguin accedir a certs espais de la comarca.
- Promoció: continuar amb les campanyes de comunicació de conscienciació "Cuidem els paisatges d'Osona" sobretot a través de l'organització de trips amb influencers específics.

Per altra banda, hi ha espais i territoris que durant aquest any han anat implantant mesures per a la gestió d'espais específics, sobretot naturals i des d'Osona Turisme s'ha assistit a les reunions de coordinació i seguiment i s'ha donat suport en la comunicació d'aquestes iniciatives.

- Regulació d'accés de vehicles a la vall de Sau i campanya d'informació i conscienciació del visitant de l'Espai Natural Guillerries Savassona: <https://osonaturisme.cat/regulacio-guillerries-savassona/>
- Mobilitat del Parc natural Montseny que impulsa durant la tardor diferents rutes de transport públic des de diferents punts de la comarca cap al Montseny: <https://osonaturisme.cat/de-casa-al-montseny/>.

Àmbit 6: Altres accions de gestió i funcionament

Aquest àmbit es basa en accions necessàries pel desenvolupament de tasques del dia a dia i per la gestió general de l'entitat.

Accions desenvolupades:

- 6.1 Gestió de consultes per part de turistes, intermediaris, ...
- 6.2 Gestió de les reunions del Consell d'Administració i del Consell General
- 6.3 Assistència a reunions convocades per altres entitats.
- 6.4 Gestió convenis i subvencions
- 6.5 Control del pressupost

Taques realitzades:

Aquest àmbit es centre en la tasca continuada de gestió de l'àrea de turisme i a més de les tasques explicades fins al moment es realitza:

- Tasca permanent de gestió de consultes que es reben majoritàriament via telèfon i correu electrònic dels turistes potencials.
- Preparació, convocatòria i seguiment de les reunions del Consell d'Administració que se n'ha realitzat una mensualment i del Consell General que fins al moment se n'ha realitzat una al juliol i es preveu la propera al desembre.
- Control continuat del pressupost de l'àrea de turisme.

A nivell de convenis i subvencions s'ha gestionat durant aquest any:

- Peticions d'ajuts al catàleg de serveis de la Diputació de Barcelona.
- Justificació dels ajuts rebuts a través del catàleg de serveis de la Diputació de Barcelona de l'any passat.
- Gestió i justificació del contracte programa de turisme amb Diputació de Barcelona.
- Convenis de pràctiques extra curriculars amb la Universitat de Girona.
- Preparació documentació per a la contractació d'un jove a través del programa de Garantia Juvenil.