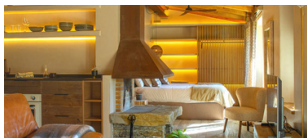


SUPORT A AJUNTAMENTS I EMPRESSES



Visita a l'Hotel Masia Santa Llúcia, allotjament rural amb encant



Assessorament i coordinació en informació turística i sostenibilitat a Tavèrnoles

MILLORA DEL PRODUCTE TURÍSTIC



Inici de la campanya de promoció de la segona edició del Fet a Osona aliments excel·lents



Organització de la jornada Per què hem de comprar producte local els restaurants? dins el projecte TASTE



Sant Andreu de Llanars de Prats de Lluçanès és declarat Bé Cultural d'Interès Local



Coordinació de propostes sobre el Territori Oliba i el romànic



Rodatge d'un capítol de "País d'Altura" de La Manchester i 3Cat



Pla estratègic del projecte educatiu amb suport del Museu de Suport Territorial



Primer cap de setmana del Festival amb bona resposta

MILLORA I COMPETITIVITAT



Compromís per la Sostenibilitat turística Destinació Barcelona: sessió de benvinguda



1a Sortida PIT: treball de material comarcal, Ruta de la Torneria a Sant Pere de Torelló i visita a Sambucus



Inici del curs Bon Coneixedor d'Osona, amb geografia, història i patrimoni natural

GESTIÓ I PLANIFICACIÓ DEL TERRITORI



Participació a la reunió de la Comissió Consultiva de l'Espai Natural Guillerics-Savassona.



Participem al taller de cocreació del Pla Estratègic Turisme_s 2026-2030 de Diputació de Barcelona



Sessió participativa per definir bones pràctiques en activitats organitzades a l'Espai Natural de les Guillerics-Savassona



Matins de Cercle: turisme cultural i línies estratègiques 2026

PROMOCIÓ I COMUNICACIÓ



Inici de la campanya de comunicació "Osona, autèntica per naturalesa", per conèixer totes les zones i municipis del territori i els seus recursos culturals, naturals i gastronòmics.

PROMOCIÓ I COMUNICACIÓ

VISITES A LA PÀGINA WEB (evolució anual)

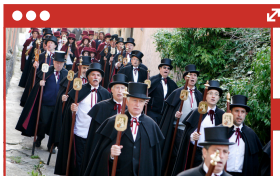
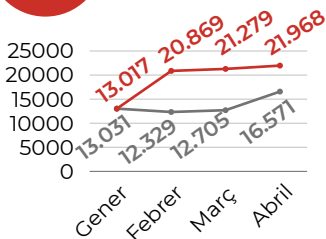
- Dades 2025
- Dades 2026

PÀGINES MÉS VISITADES (del dia 20 al dia 20 - mensual)

- Apartat més visitat *(pàgina d'inici exclosa)
- % de visites en relació a les visites totals de la web



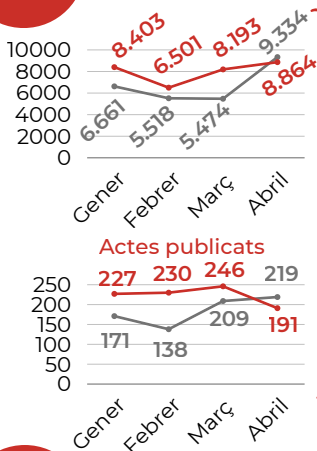
OSONA TURISME



Viu la Pasqua a Osona
5.331 visites
(24,27% del total)



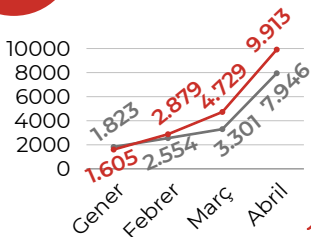
AGENDA OSONA



Rallye La Llana 2026
161 visites
(1,82% del total)



MONESTIR SANT PERE DE CASSERRES



Festival
5.322 visites
(53,69% del total)

ELS MILLORS CONTINGUTS DEL MES A XXSS

(Període 20 de març - 19 d'abril)



[Vidrà, un refugi natural al Bisaura](#)
332 m'agrada



[Vidrà, un refugi natural al Bisaura](#)
34 m'agrada



Osona Turisme



[Nova borsa de col·laboradors d'Osona](#)
525 impressions



Osona Events



[Si ja es menja bé a Catalunya, imagineu-vos a la Catalunya Autèntica](#)
144 impressions



[Mostra de Turisme d'Osona](#)
80 impressions

Perfils per a turistes (Instagram i Facebook)

(Període 20 de març - 19 d'abril)

- Instagram: Campaña de pagament activa del Festival de Sant Pere de Casserres. 211 nous seguidors i una taxa d'interacció del 5,21%, el més alt de l'any (per sobre el 3% ja és una bona xifra)
- El contingut ha generat 137 comparticions i 100 guardats, indicador que l'audiència el troba interessant.
- Facebook: Taxa d'interacció del 6,3%, segueix molt per sobre de la mitjana de la plataforma (0,5-1%).

Perfils per a professionals (LinkedIn i X)

(Període 20 de març - 19 d'abril)

- El LinkedIn Osona Turisme manté una taxa d'interacció del 13,05%, molt per sobre de la mitjana del sector (1-3%). Aquest més s'han fet més publicacions, fet que ha provocat un augment de la resta de mètriques.
- El LinkedIn Osona Events, un cop superada la fase inicial de novetat, les mètriques baixen però la taxa d'interacció de l'11,95% segueix sent una bona dada.